

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23444

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

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 12 de febrero de 2025, **NOVAWARE S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **BESTWARE** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 21 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No, 1064 del 16 de abril de 2025, **BETTERWARE DE MÉXICO S.A. DE C.V.** presentó oposición contra las clases 21 y 35 solicitadas con fundamento en las causales de irregistrabilidad comprendidas en los literales a) y b) del artículo 136 de la Decisión Andina 486 de 2000.

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

*"(...) 1.1 Similitud Fonética y Ortográfica*

- *BETTERWARE y BESTWARE exhiben una alta similitud fonética y ortográfica. Ambas marcas terminan con el sufijo "-WARE" cuyo significado no es comúnmente conocido en español y en Colombia*
- *El problema también radica en la primera sílaba: "BETTER" en su marca y "BEST" en la marca que se opone.*
- *Fonéticamente, las palabras "BETTER" (mejor) y "BEST" (el mejor) son términos que, aunque distintos, comparten una connotación de calidad y pueden generar confusión en el público consumidor debido a su proximidad en el idioma inglés y a la estructura similar de las marcas.*

*1.2 Similitud visual*

- *La similitud visual es evidente al comparar "BETTERWARE" y "BESTWARE" escritas. La longitud y la terminación idéntica contribuyen a que visualmente puedan ser percibidas como marcas relacionadas o variantes de una misma empresa, especialmente si no se presta atención al detalle de la primera parte de la palabra.*

*1.3 Connotación*

- *Ambas marcas evocan una connotación positiva relacionada con la calidad y la excelencia. "BETTER" sugiere una mejora continua, mientras que "BEST" implica lo máximo en calidad. Esta similitud en la connotación refuerza la posibilidad de confusión, ya que el consumidor podría asociar ambas marcas con un mismo origen empresarial que busca ofrecer productos de alta calidad.*

*2. Comparación de Productos y Servicios*

*(a) 2.3. Análisis de la Conexión entre los Productos y Servicios*

<sup>1</sup> **21:** Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería, porcelana y loza.  
**35:** Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

*La coexistencia de las marcas BETTERWARE y BESTWARE en el mercado, dada su notoria similitud fonética y ortográfica, generará una confusión directa e indirecta en el público consumidor debido a la estrecha relación y complementariedad de los productos y servicios que cada una ampara.*

*(i) 2.3.1. Conexión entre los Servicios de BETTERWARE (Clase 35) y los Productos de BESTWARE (Clase 21)*

*Los servicios de agrupamiento y comercialización de BETTERWARE (Clase 35) abarcan una lista extensísima de productos que son, en gran medida, idénticos o directamente afines a los productos que BESTWARE busca proteger en la Clase 21.*

- *Solapamiento de Portafolios: La descripción detallada de los servicios de BETTERWARE incluye expresamente la comercialización de "utensilios de cocción", "recipientes", "material de limpieza", "cristalería", "porcelana", "loza", "cepillos", "muebles" y diversos electrodomésticos para el hogar. Estos son precisamente los productos genéricos amparados por BESTWARE en la Clase 21.*

- *Identidad de Mercado y Consumidor: Ambas marcas se dirigen al mismo público consumidor de artículos para el hogar y la cocina. Si el consumidor asocia la marca BETTERWARE con la comercialización de una vasta gama de estos productos, y luego se encuentra con productos de la Clase 21 (como utensilios de cocina o cristalería) bajo la marca BESTWARE, que es altamente similar, inferirá erróneamente que los productos de BESTWARE son parte de la oferta que BETTERWARE agrupa o comercializa, o que ambas marcas pertenecen a la misma casa matriz o grupo empresarial. La naturaleza de BETTERWARE como "intermediario comercial" refuerza esta percepción, ya que su función es, precisamente, facilitar la adquisición de dichos bienes.*

*(ii) 2.3.2. Conexión entre los Servicios de BETTERWARE (Clase 35) y los Servicios de BESTWARE (Clase 35)*

*Aunque las descripciones de los servicios en la Clase 35 de ambas marcas no son literalmente idénticas, existe una interdependencia y un solapamiento funcional inevitable:*

- *Complementariedad Funcional: Los servicios de "Agrupamiento por cuenta de terceros" y "Comercialización" de BETTERWARE no pueden llevarse a cabo de manera efectiva sin las actividades de "Publicidad", "Gestión de negocios comerciales" y "Administración comercial" que BESTWARE busca amparar. La publicidad es crucial para que los productos "puedan verse y adquirirse con comodidad", y la gestión y administración comercial son el soporte logístico y estratégico indispensable para una operación de comercialización al mayoreo o menudeo.*

- *Confusión en la Percepción del Negocio: Un consumidor o agente del mercado podría percibir que BESTWARE, al ofrecer servicios de "publicidad" y "gestión comercial" para productos del hogar, es un brazo operativo, una filial o un proveedor de servicios de marketing/administrativos para BETTERWARE, o viceversa. La similitud de las denominaciones agudiza esta confusión en el origen empresarial o la relación entre las compañías.*

- *Canales Comerciales Comunes: Es fundamental resaltar que los servicios de BETTERWARE se prestan expresamente en "tiendas departamentales, tiendas de autoservicio y plazas comerciales". Estos son exactamente los mismos entornos donde se realizan y se perciben las actividades de publicidad, gestión y administración comercial (Clase 35 de BESTWARE), y donde se comercializan los productos de la Clase 21 de BESTWARE. Esta coincidencia de canales de venta y la exposición al mismo público consumidor en un entorno comercial idéntico magnifican el riesgo de*

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

*asociación indebida.*

(...)

*La interconexión y la complementariedad entre los servicios de BETTERWARE y los productos y servicios de BESTWARE son evidentes. La marca BETTERWARE se dedica a la comercialización de una vasta gama de productos que incluyen los que BESTWARE ampara en la Clase 21, y los servicios de BESTWARE en la Clase 35 son intrínsecamente necesarios para el desarrollo de la actividad de BETTERWARE. Esta profunda conexión funcional, sumada a la alta similitud fonética y ortográfica entre las denominaciones, generará un riesgo de confusión directo e indirecto en el público consumidor, quien razonablemente podría pensar que las marcas pertenecen al mismo grupo empresarial o que existe algún tipo de afiliación o licencia entre ellas. (...)"*

Que dentro del término concedido para tal efecto, **NOVAWARE SAS**, no dio respuesta a la oposición presentada por **BETTERWARE DE MÉXICO S.A. DE C.V.**

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.

### **Análisis de las causales alegadas por el opositor**

#### **Carencia de fundamento de oposición**

De acuerdo con el artículo 146 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, dentro del plazo de treinta días siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés, podrá presentar, por una sola vez, oposición **fundamentada** que pueda desvirtuar el registro de la marca; ello implica que cualquier interesado podrá objetar la solicitud de registro invocando cualquiera de las causales de irregistrabilidad establecidas en los artículos 135, 136, 137, 147 de la Decisión Andina e incluso podrá invocar aquellas causales adicionales provenientes de la suscripción de convenios internacionales.

Sin embargo, tal derecho a presentar oposiciones viene acompañado de la carga argumentativa que ello conlleva, es decir que el opositor deberá siquiera presentar los argumentos que sustenten las causales que ha invocado como fundamento de oposición.

En el caso objeto de estudio, la opositora indicó en el expediente virtual de SIPI y en el escrito de oposición como fundamento de negación la causal de irregistrabilidad contenida en el literal b) del artículo 136 de la Decisión Andina 486 de 2000, relativo al riesgo de confusión con un nombre o enseña comercial. Sin embargo, más allá de su enunciación el opositor no desarrolló una argumentación tendiente a acreditar como el singo solicitado está incurso en dicha causal, así como tampoco aportó pruebas para sostener un uso público, personal, real y ostensible de un nombre o enseña comercial.

En ese sentido, la falta de una fundamentación adecuada por la opositora impide que esta Dirección realice un pronunciamiento con ocasión a la causal invocada, toda vez que no es posible con ello acreditar su ocurrencia.

#### **Causal de irregistrabilidad en estudio**

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

### 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 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.

<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° SD2025/0011513

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

| Tipo       | Signo      | Titular                            | Expediente     | Niza | Clase | Trámite | Estado     | Vigencia     |
|------------|------------|------------------------------------|----------------|------|-------|---------|------------|--------------|
| Nominativa | BETTERWARE | BETTERWARE DE MÉXICO, S.A. DE C.V. | SD2017/0074948 | 11   | 35    | Marca   | Registrada | 16 abr. 2025 |

Los signos por comparar son los siguientes:

| Signo solicitado                                           | Signos opositores                             |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <div>Bestware</div> <div>BESTWARE</div> <div>(Mixta)</div> | <div>BETTERWARE</div> <div>(Nominativa)</div> |

El signo solicitado es de naturaleza mixta, contiene la expresión BESTWARE en grafía especial gruesa, mayúscula inicial y minúsculas subsiguientes.

El signo solicitado es de naturaleza nominativa y contiene la expresión BETTERWARE.

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos y nominativos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y denominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta se refiere, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos.<sup>4</sup>

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”*.<sup>5</sup>

El Tribunal ha reiterado que, *“ en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser*

<sup>4</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.

<sup>5</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.



Ref. Expediente N° SD2025/0011513

*de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”.<sup>6</sup>*

Volviendo al cotejo de los signos a comparar, tal como se dijo anteriormente, si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

*“(i) 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.*

*(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.*

*Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:*

- *Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*

- *Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*

- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

*(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*

*(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.*

*(v) 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”.<sup>7</sup>*

### **Análisis comparativo frente a la marca opositora BETTERWARE**

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo del signo solicitado en registro es el preponderante, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con este signo. El elemento denominativo es el que tiene un grado de recordación más alto en la mente de consumidor y puede ser asociado a los productos que identifica, en mayor medida que el elemento gráfico. Así las cosas, corresponde realizar el estudio de conformidad con

<sup>6</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26 de 1998.

<sup>7</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

las reglas de cotejo para signos nominativos teniendo en cuenta la naturaleza del signo opositor.

En esta oportunidad encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad toda vez que además de contener la misma terminación “WARE”, en conjunto identifican similitudes consistentes en la cadena de vocales en los signos confrontados E-E-A-E vs. E-A-E, además de las consonantes B-T-T-R-W-R vs. B-S-T-W-R.

Teniendo en cuenta las referidas coincidencias en lo gramatical, es natural que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados. Y adicional a ello, debe resaltarse que ambos signos con expresiones en idioma extranjero cuyo significado o idea que evocan en el consumidor se relaciona. Para desarrollar esto, debe inicialmente considerarse lo dicho por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina con relación a las marcas conformadas por palabras con origen en un idioma extranjero, concepto reiterado en su jurisprudencia:

*“Al respecto, las palabras que no sean parte del conocimiento común son consideradas signos de fantasía y, en consecuencia, es procedente su registro como marcas.*

*Por el contrario, si el significado conceptual de las palabras en idioma extranjero se ha hecho del conocimiento de la mayoría del público consumidor o usuario y, además, se trata exclusivamente de vocablos de uso común en relación con los productos o servicios que se pretende identificar, dichos signos no serán registrables.*

*Ahora bien, en el caso de que una denominación que conforma una marca se exprese en un idioma extranjero que sirva de raíz equivalente en la lengua española, el grado de uso común deberá medirse como si se tratara de una expresión local. Así, no podrán acceder a registro aquellas denominaciones que a pesar de pertenecer al idioma extranjero son de uso común en los países de la Comunidad Andina o son comprensibles para el consumidor medio del país en el que se ha solicitado la marca por su raíz común o por su similitud fonética con la correspondiente traducción al castellano.*

*Hay palabras en otros idiomas que son utilizadas frecuentemente por los hispanohablantes (extranjerismos) y, como es obvio, son entendidas por estos, por lo que el análisis de confundibilidad debe tener en cuenta el elemento ideológico o conceptual. Es más, determinadas palabras que en un momento eran extranjerismos luego forman parte del idioma castellano cuando son recogidas por la RAE, con las reglas propias de este idioma.*

*Es importante tener presente que el derecho de la propiedad industrial toma en consideración lo que realmente ocurre en el mercado, de modo que es aplicable a esta disciplina jurídica el llamado principio de **primacía de la realidad**. En este sentido, tratándose de palabras en un idioma extranjero, la autoridad nacional competente debe examinar si los consumidores medios destinatarios del producto o servicio que pretende ser distinguido por el signo solicitado comprenden o no dichas palabras. Si tales consumidores entienden perfectamente el significado de tales palabras, el tratamiento será similar al que se da al idioma castellano”.<sup>8</sup> (Negrilla y subrayado fuera de texto).*

<sup>8</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso No 378-IP-2017.

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

De conformidad con lo anterior, la jurisprudencia del Tribunal ha señalado que si bien ciertas palabras puedan no ser conocidas por la mayoría de los habitantes, pueden ser tratadas como términos locales cuando muchos habitantes las conocen por ser vocablos aprendidos en niveles básicos o elementales de idiomas que forman parte de la educación básica en nuestro país<sup>9</sup>.

Los signos confrontados BETTERWARE vs. BESTWARE incluyen las expresiones BETTER y BEST. La primera de ellas, BETTER, en una traducción al idioma castellano alude a la idea o concepto de “mejor”; por su parte la segunda, BEST, en su transliteración alude a la idea o concepto de “el mejor”, puede verse que ambas corresponden a adjetivos de mérito positivo. Por otro lado, la expresión WARE en su transliteración corresponde al vocablo “mercancía” como un sustantivo.

En ese sentido, los signos confrontados evocarían ideas o conceptos bastante similares en el consumidor. Ante ello, debe recordarse que las palabras son mecanismos esenciales en el proceso de comunicación, ya que permiten y facilitan la transmisión de las ideas, así cuando una palabra tiene significado, su contenido llega al interlocutor, sin necesidad de adicionar otros elementos complementarios para que sea captada.

En el caso de los signos distintivos, sucede lo mismo, cuando una marca se compone de palabras con contenido conceptual, penetra con mayor fuerza en la mente del consumidor y permiten su diferenciación y su fácil recordación<sup>10</sup>. Así, dos signos que transmiten igual o similar significado pueden ser confundidas o asociadas más fácilmente por los consumidores.

Teniendo en cuenta lo anterior, el consumidor sí podría encontrar más allá de coincidencias fonéticas y gramaticales, unas de orden conceptual. Por ende, 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.

En consecuencia, es posible que al encontrarse con los signos bajo estudio los consumidores puedan llegar a confundirlos o asociarlos en razón a las fuertes similitudes de índole ortográfico, fonético y conceptual que se presentan.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**21:** Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería, porcelana y loza.

**35:** Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

El signo confrontado identifica:

<sup>9</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 4-IP-97.

<sup>10</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 73-IP-2004. “Estas marcas están constituidas por denominaciones ya conocidas por los consumidores; el significado de estas denominaciones penetrará con mayor fuerza en la mente del consumidor y será recordado más fácilmente por el mismo”



Ref. Expediente N° SD2025/0011513

| Expediente | Producto y/o servicio |
|------------|-----------------------|
|------------|-----------------------|

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SD2017/0074948 | (35): <u>Agrupamiento por cuenta de terceros de una amplia gama de productos</u> [abrelatas eléctricos para uso domestico; aparatos electromecánicos para preparar alimentos para uso domestico; amasadoras mecánicas para uso domestico; maquinas atomizadoras para uso domestico; trituradoras de basura para uso domestico; batidoras eléctricas para uso domestico; molinillos de café que no sean accionados manualmente para uso domestico; molinos eléctricos de alimentos para uso domestico; maquinas picadoras de alimentos para uso domestico; maquinas de cocina eléctricas para uso domestico; maquinas eléctricas cortadoras y rebanadoras para uso domestico; maquinas de coser para uso domestico; cuchillos eléctricos para uso domestico; exprimidores eléctricos para uso domestico; extractores eléctricos para uso domestico; licuadoras eléctricas para uso domestico; aparatos de lavado para uso domestico; maquinas para lavar la ropa de uso domestico; maquinas lavaplatos para uso domestico; machacadoras para uso domestico; maquinas de vapor para uso domestico; maquinas secadoras para uso domestico; maquinas de planchar para uso domestico; mezcladores eléctricos para uso domestico; maquinas picadoras de alimentos para uso domestico; y procesadores de alimentos eléctricos; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, discos versátiles digitales (DVD) y otros soportes de grabación digitales; esterilizadores de agua; cafeteras eléctricas; parrillas (utensilios de cocción); tostadores de pan; maquinas para hacer pan; hornos de pan; moldes de hierro eléctricos para pastelería; mantas eléctricas que no sean para uso medico; instalaciones para enfriar leche; aparatos y maquinas para purificar el agua; recipientes frigoríficos; reflectores de iluminación; reflectores de lámparas; refrigeradores; aparatos e instalaciones sanitarias; aparatos e instalaciones para secado; secadoras de ropa eléctricas; seca manos para lavabos; utensilios de cocción eléctricos; hornos de microondas; anaqueles [baldas] de muebles; anaqueles para clasificadores; anillas de cortinas; muebles archivadores; armarios; bancos [muebles]; cestos no metálicos; cómodas; cojines; mangos de cuchillo no metálicos; espejos de mobiliario; espejos; estantería; manteles de madera; manteles de paja; muebles para cocinas integrales; mangos de escoba no metálicos; mangos de herramientas no metálicos; marcos [arte y decoración]; mesas; piezas de mobiliario; objetos de decoración móviles; muebles; accesorios para closet [organizadores] no metálicos; organizadores de plástico para zapatos [zapateras]; organizadores de tela para zapatos [zapateras]; pasamanos para ducha no metálicos; protecciones de materias plásticas para bordes de muebles; perchas para prendas de vestir; ganchos no metálicos para percheros; muebles percheros; picaportes no metálicos; portalibros; fundas de prendas de vestir para armarios; fundas para guardar prendas de vestir; ganchos no metálicos para prendas de vestir; recipientes de materias plásticas para embalar; rieles para cortinas; sillas; percheros para sombreros; soporte para libros; tapas dispensadoras de materias plásticas para frascos; tableros para colgar llaves; toalleros [muebles]; distribuidores fijos de toallas no metálicos; mesas de tocador; tocadores [muebles]; productos de ballena; bambú; caña; carey; conchas; coral; cuerno; |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



Ref. Expediente N° SD2025/0011513

espuma de mar; marfil; mimbre; nácar; ostras y paja; anafre [utensilios de cocina]; abrebotellas, eléctricos y no eléctricos; brochas de afeitar; agitadores de coctel; alcachofas de regadera; sacudidores de alfombra; desechos de algodón para limpiar; ampollas de vidrio [recipientes], esponjas de aseo personal; azucareros, baldes exprimidores de trapeador, bandejas de barro para uso domestico, botellas decorativas rellena de arena; botellas decorativas; baldes; bandejas de papel para uso domestico; bandejas giratorias [utensilios de cocina]; bandejas para uso domestico; bañeras portátiles para bebes, baterías de cocina; batidoras no eléctricas, batidores no eléctricos para uso domestico; recipientes para beber; recipientes térmicos para bebidas; bolsas isotérmicos, bomboneras, boquillas para mangueras de riego; botellas; botellas aislantes; botellas refrigerantes; brochetas [varillas metálicas] para uso culinario; cacerolas para fondue sin fuente de calor; canastilla organizadora de accesorios de baño; canastillas porta utensilios de tocador para el baño; cepillos para limpiar alimentos [utensilio domestico]; charola de papel o cartón portavasos; comal [utensilios de cocina]; cubetas exprimidoras de trapeadores; cacerolas; cafeteras de filtro no eléctricas, cafeteras no eléctricas; cajas de vidrio; cajas de distribuidoras de toallitas de papel; cepillos para calzado; hormas para calzado; cajas para caramelos; catavinos, cazuelas, cedazos [utensilios de cocina]; centros de mesa; cepillos para lavar la vajilla; artículos de cerámica para uso domestico; cestas para uso domestico; charolas; baterías de cocina; moldes de cocina; recipientes de cocina; utensilios no eléctricos para cocinar; comederos para animales; copas para fruta; cortadores de pastelería; cortapastas [moldes para pastas y galletas]; tablas de cortar para la cocina; artículos de cristalería, cucharas para mezclar [utensilios de cocina]; cucharones; dispositivos portátiles de bolsas desechables de plástico para desechos de mascotas; dispositivos manuales para remover la pelusa; dulceros [recipientes]; distribuidores de jabón; distribuidores de papel higiénico; embudos; ensaladeras; espátulas [utensilios de cocina]; servicios para especias; exprimidores de fruta no eléctricos para uso domestico; exprimidores de trapeadores; frascos atomizadores; freidoras no eléctricas; tapas para platos y fuentes; frascos; fuentes para servir legumbres, verduras y hortalizas; guantes para sostener cosas calientes para uso domestico; gamuzas para limpiar; guantes de jardinería, guantes para uso domestico, hieleras portátiles no eléctricas; heladeras portátiles no eléctricas; aparatos para hacer helados y sorbetes; hervidores no eléctricos; baldes para hielo; hueveras; jícara [vasija], distribuidores de jabón; jaboneras [estuches]; jarras; jarras de cerveza; jarras para beber; juegos de aceitera y vinagrera; loncheras; artículos de loza; aparatos y maquinas no eléctricos para lustrar de uso domestico; molcajetes [utensilios de cocina]; campanas para manteca; campanas para mantequilla; mantequilleras; mezcladores no eléctricos para uso domestico; moldes [utensilios de cocina]; moldes de cocina; moldes para cubitos de hielo; molinillos de café accionados manualmente; molinillos de mano para uso domestico; neceseres de tocador; neveras portátiles no eléctricas; ollas de cocción de fondue no eléctricas; tapas de olla; ollas; ollas a presión no eléctricas para cocinar al vapor; ollas exprés no eléctricas; portavasos no de papel, ni de ropa de mesa; prensa para tortillas [utensilios de cocina]; pajillas para beber; palas [utensilios de mesa]; palilleros; palillos chinos

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

[utensilios de mesa], cestas para el pan [panaderas]; trapos de limpieza [trapos]; soportes para parillas; utensilios de cocina parillas; rodillos de pastelería; moldes para pasteles; pinzas para la ropa; tapas para platos y fuentes; ralladores para uso culinario; recipientes de cocina; recipientes para beber; recipientes térmicos; recipientes térmicos para alimentos; tendedores de ropa; secadoras de ensaladas no eléctricas [utensilio de cocina]; sacacorchos eléctricos y no eléctricos; saleros; soportes para cuchillos de mes; soportes para planchas de ropa; tamalera [olla de cocción]; tarugos para sostener cosas calientes; tejolote [utensilios de cocina]; tortilleros [recipientes]; tablas de cortar pan; tablas de cortar para la cocina; tablas de lavar; tablas de planchar; fundas para tabla de planchar; tapetes para hornear; tendedores de ropa; tensores para prendas de vestir; recipientes térmicos; termos; trituradoras no eléctricas para uso culinario; esponjas para uso domestico; utensilios de cocina; utensilios no eléctricos para cocinar; utensilios para uso domestico; vajilla; vasijas y vinagreras; ropa de cama; tejidos de algodón; fundas de almohada; fundas de almohadón; mantas de cama; cobertores; cobijas de cama; fundas de cojín; colchas; cubrecamas; cubre camas acolchados; cubrepíés; fundas de materiales textiles para aparatos electrodomésticos; fundas textiles para utensilios de casa; fundas para muebles; mantas de cama; manteles individuales que no sean de papel; manteles que no sean de papel; sabanas. ] (excepto su transporte) para que los consumidores puedan verlos y adquirirlos con comodidad, dichos servicios pueden ser prestados al mayoreo, menudeo a través de orden.; Comercialización de [abrelatas eléctricos para uso domestico; aparatos electromecánicos para preparar alimentos para uso domestico; amasadoras mecánicas para uso domestico; maquinas atomizadoras para uso domestico; trituradoras de basura para uso domestico; batidoras eléctricas para uso domestico; molinillos de café que no sean accionados manualmente para uso domestico; molinos eléctricos de alimentos para uso domestico; maquinas picadoras de alimentos para uso domestico; maquinas de cocina eléctricas para uso domestico; maquinas eléctricas cortadoras y rebanadoras para uso domestico; maquinas de coser para uso domestico; cuchillos eléctricos para uso domestico; exprimidores eléctricos para uso domestico; extractores eléctricos para uso domestico; licuadoras eléctricas para uso domestico; aparatos de lavado para uso domestico; maquinas para lavar la ropa de uso domestico; maquinas lavaplatos para uso domestico; machacadoras para uso domestico; maquinas de vapor para uso domestico; maquinas secadoras para uso domestico; maquinas de planchar para uso domestico; mezcladores eléctricos para uso domestico; maquinas picadoras de alimentos para uso domestico; y procesadores de alimentos eléctricos; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, discos versátiles digitales (DVD) y otros soportes de grabación digitales; esterilizadores de agua; cafeteras eléctricas; parrillas (utensilios de cocción); tostadores de pan; maquinas para hacer pan; hornos de pan; moldes de hierro eléctricos para pastelería; mantas eléctricas que no sean para uso medico; instalaciones para enfriar leche; aparatos y maquinas para purificar el agua; recipientes frigoríficos; reflectores de iluminación; reflectores de lámparas; refrigeradores; aparatos e instalaciones sanitarias; aparatos e

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

instalaciones para secado; secadoras de ropa eléctricas; seca manos para lavabos; utensilios de cocción eléctricos; hornos de microondas; anaqueles [baldas] de muebles; anaqueles para clasificadores; anillas de cortinas; muebles archivadores; armarios; bancos [muebles]; cestos no metálicos; cómodas; cojines; mangos de cuchillo no metálicos; espejos de mobiliario; espejos; estantería; manteles de madera; manteles de paja; muebles para cocinas integrales; mangos de escoba no metálicos; mangos de herramientas no metálicos; marcos [arte y decoración]; mesas; piezas de mobiliario; objetos de decoración móviles; muebles; accesorios para closet [organizadores] no metálicos; organizadores de plástico para zapatos [zapateras]; organizadores de tela para zapatos [zapateras]; pasamanos para ducha no metálicos; protecciones de materias plásticas para bordes de muebles; perchas para prendas de vestir; ganchos no metálicos para percheros; muebles percheros; picaportes no metálicos; portalibros; fundas de prendas de vestir para armarios; fundas para guardar prendas de vestir; ganchos no metálicos para prendas de vestir; recipientes de materias plásticas para embalar; rieles para cortinas; sillas; percheros para sombreros; soporte para libros; tapas dispensadoras de materias plásticas para frascos; tableros para colgar llaves; toalleros [muebles]; distribuidores fijos de toallas no metálicos; mesas de tocador; tocadores [muebles]; productos de ballena; bambú; caña; carey; conchas; coral; cuerno; espuma de mar; marfil; mimbre; nácar; ostras y paja; anafre [utensilios de cocina]; abrebotellas, eléctricos y no eléctricos; brochas de afeitarse; agitadores de coctel; alcachofas de regadera; sacudidores de alfombra; desechos de algodón para limpiar; ampollas de vidrio [recipientes], esponjas de aseo personal; azucareros, baldes exprimidores de trapeador, bandejas de barro para uso domestico, botellas decorativas rellena de arena; botellas decorativas; baldes; bandejas de papel para uso domestico; bandejas giratorias [utensilios de cocina]; bandejas para uso domestico; bañeras portátiles para bebés, baterías de cocina; batidoras no eléctricas, batidores no eléctricos para uso domestico; recipientes para beber; recipientes térmicos para bebidas; bolsas isotérmicos, bomboneras, boquillas para mangueras de riego; botellas; botellas aislantes; botellas refrigerantes; brochetas [varillas metálicas] para uso culinario; cacerolas para fondue sin fuente de calor; canastilla organizadora de accesorios de baño; canastillas porta utensilios de tocador para el baño; cepillos para limpiar alimentos [utensilio domestico]; charola de papel o cartón portavasos; comal [utensilios de cocina]; cubetas exprimidoras de trapeadores; cacerolas; cafeteras de filtro no eléctricas, cafeteras no eléctricas; cajas de vidrio; cajas de distribuidoras de toallitas de papel; cepillos para calzado; hormas para calzado; cajas para caramelos; catavinos, cazuelas, cedazos [utensilios de cocina]; centros de mesa; cepillos para lavar la vajilla; artículos de cerámica para uso domestico; cestas para uso domestico; charolas; baterías de cocina; moldes de cocina; recipientes de cocina; utensilios no eléctricos para cocinar; comederos para animales; copas para fruta; cortadores de pastelería; cortapastas [moldes para pastas y galletas]; tablas de cortar para la cocina; artículos de cristalería, cucharas para mezclar [utensilios de cocina]; cucharones; dispositivos portátiles de bolsas desechables de plástico para desechos de mascotas; dispositivos manuales para remover la pelusa; dulceros [recipientes]; distribuidores de jabón; distribuidores de papel higiénico; embudos; ensaladeras; espátulas



Ref. Expediente N° SD2025/0011513

[utensilios de cocina]; servicios para especias; exprimidores de fruta no eléctricos para uso domestico; exprimidores de trapeadores; frascos atomizadores; freidoras no eléctricas; tapas para platos y fuentes; frascos; fuentes para servir legumbres, verduras y hortalizas; guantes para sostener cosas calientes para uso domestico; gamuzas para limpiar; guantes de jardinería, guantes para uso domestico, hieleras portátiles no eléctricas; heladeras portátiles no eléctricas; aparatos para hacer helados y sorbetes; hervidores no eléctricos; baldes para hielo; hueveras; jícara [vasija], distribuidores de jabón; jaboneras [estuches]; jarras; jarras de cerveza; jarras para beber; juegos de aceitera y vinagrera; loncheras; artículos de loza; aparatos y maquinas no eléctricos para lustrar de uso domestico; molcajetes [utensilios de cocina]; campanas para manteca; campanas para mantequilla; mantequilleras; mezcladores no eléctricos para uso domestico; moldes [utensilios de cocina]; moldes de cocina; moldes para cubitos de hielo; molinillos de café accionados manualmente; molinillos de mano para uso domestico; neceseres de tocador; neveras portátiles no eléctricas; ollas de cocción de fondue no eléctricas; tapas de olla; ollas; ollas a presión no eléctricas para cocinar al vapor; ollas exprés no eléctricas; portavasos no de papel, ni de ropa de mesa; prensa para tortillas [utensilios de cocina]; pajillas para beber; palas [utensilios de mesa]; palilleros; palillos chinos [utensilios de mesa], cestas para el pan [panaderas]; trapos de limpieza [trapos]; soportes para parillas; utensilios de cocina parillas; rodillos de pastelería; moldes para pasteles; pinzas para la ropa; tapas para platos y fuentes; ralladores para uso culinario; recipientes de cocina; recipientes para beber; recipientes térmicos; recipientes térmicos para alimentos; tendedores de ropa; secadoras de ensaladas no eléctricas [utensilio de cocina]; sacacorchos eléctricos y no eléctricos; saleros; soportes para cuchillos de mes; soportes para planchas de ropa; tamalera [olla de cocción]; tarugos para sostener cosas calientes; tejolote [utensilios de cocina]; tortilleros [recipientes]; tablas de cortar pan; tablas de cortar para la cocina; tablas de lavar; tablas de planchar; fundas para tabla de planchar; tapetes para hornear; tendedores de ropa; tensores para prendas de vestir; recipientes térmicos; termos; trituradoras no eléctricas para uso culinario; esponjas para uso domestico; utensilios de cocina; utensilios no eléctricos para cocinar; utensilios para uso domestico; vajilla; vasijas y vinagreras; ropa de cama; tejidos de algodón; fundas de almohada; fundas de almohadón; mantas de cama; cobertores; cobijas de cama; fundas de cojín; colchas; cubrecamas; cubre camas acolchados; cubrepíés; fundas de materiales textiles para aparatos electrodomésticos; fundas textiles para utensilios de casa; fundas para muebles; mantas de cama; manteles individuales que no sean de papel; manteles que no sean de papel; sabanas.] Por cuenta de terceros [intermediario comercial] prestados a través de tiendas departamentales, tiendas de autoservicios y plazas comerciales.

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 da el siguiente presupuesto definitivo para concluir que hay relación o conexidad entre los servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar:

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

**Conexión competitiva entre la clase 21 Internacional Solicitada y los servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza opositora**

Desde el criterio de razonabilidad, es válido concluir que existe conexidad competitiva entre los utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario (clase 21) y los servicios de agrupamiento por cuenta de terceros de productos de uso doméstico y culinario (clase 35), en la medida en que el consumidor medio, atendiendo a la dinámica actual del mercado, puede asumir razonablemente que ambos provienen del mismo agente económico. En efecto, resulta habitual que quienes fabrican productos de uso doméstico y culinario amplíen su actividad hacia la organización, selección y oferta conjunta de dichos productos, ya sea a través de tiendas especializadas, grandes superficies o plataformas digitales. En este contexto, el consumidor puede considerar lógico que el empresario que presta el servicio de agrupamiento sea, al mismo tiempo, el fabricante de los utensilios y recipientes que conforman dicha oferta.

Esta percepción se ve reforzada por las prácticas comerciales contemporáneas, caracterizadas por la integración de las etapas de fabricación y comercialización, donde un mismo empresario controla tanto la producción de bienes como su presentación y distribución mediante servicios asociados. Así, cuando los servicios de agrupamiento recaen específicamente sobre productos domésticos y culinarios, coincidentes con aquellos identificados por la marca solicitada, se consolida la idea de un origen empresarial común. En consecuencia, bajo el criterio de razonabilidad, el consumidor podría atribuir de forma legítima los productos de la clase 21 y los servicios de la clase 35 al mismo empresario, lo que permite afirmar la existencia de conexidad competitiva entre los signos enfrentados.

**Conexión competitiva entre la clase 35 Internacional Solicitada y los servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza opositora**

Desde el criterio de género–especie, el servicio de “gestión de negocios comerciales” constituye un concepto amplio o genérico que abarca diversas actividades específicas orientadas a la administración, organización y optimización de operaciones comerciales de terceros. Dentro de ese género general se encuentra comprendida, como una especie, la actividad de “agrupamiento por cuenta de terceros de una amplia gama de productos”, en la medida en que esta supone una forma concreta de gestión comercial enfocada en la organización, presentación y oferta conjunta de productos para facilitar su comercialización. Conforme al principio *qui potest plus, potest minus*, quien ofrece servicios de gestión integral de negocios comerciales puede razonablemente prestar, entre otros, servicios específicos de agrupamiento de productos para terceros, lo que evidencia una relación de inclusión necesaria entre ambos servicios.

Adicionalmente, desde la perspectiva del mercado y del consumidor relevante, resulta razonable considerar que los servicios de agrupamiento de productos no operan de manera autónoma o aislada, sino como una manifestación especializada de la gestión comercial, pues implican decisiones estratégicas sobre exhibición, organización, comercialización y administración de productos ajenos. Ambos servicios comparten naturaleza comercial, finalidad empresarial y se desarrollan dentro de los mismos entornos de prestación propios de la clase 35, lo cual refuerza —como criterio auxiliar— la percepción de que pertenecen a una misma línea de servicios. En consecuencia, la relación de género–especie entre “gestión de negocios comerciales” y “agrupamiento por cuenta de terceros de una amplia gama de productos” permite concluir la existencia de conexidad competitiva, al tratarse de servicios que mantienen una vinculación directa, estructural y funcional dentro del mismo ámbito de actividad económica.

Ref. Expediente N° SD2025/0011513

**Análisis de la causal de irregistrabilidad contenida en el Literal b) del artículo 136 de la Decisión 486**

A pesar de que el opositor aduce la aplicación de la causal de irregistrabilidad contenida en el Literal b) del artículo 136 de la Decisión 486, relativo a la identidad o similitud con un nombre comercial protegido, el escrito de oposición carece de argumentos y de pruebas orientadas a demostrar la aplicación de dicha causal.

Por consiguiente y en razón a la falta de motivación evidenciada en lo que a este punto se refiere, este Despacho se abstendrá de pronunciarse frente a esta.

**Conclusión**

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 1:** Declarar fundada la oposición interpuesta por BETTERWARE DE MÉXICO, S.A. DE C.V. contra la clase 21 Internacional solicitada.

**ARTÍCULO 2:** Declarar fundada la oposición interpuesta por BETTERWARE DE MÉXICO, S.A. DE C.V. contra la clase 35 Internacional solicitada.

**ARTÍCULO 3:** Negar el registro de la Marca **BESTWARE** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 21 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>11</sup>, solicitada por **NOVAWARE SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 4:** Negar el registro de la Marca **BESTWARE** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>12</sup>, solicitada por **NOVAWARE SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 5:** Notificar a **NOVAWARE SAS**, solicitante del registro y a **BETTERWARE DE MÉXICO, S.A. DE C.V.** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado 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 31 de marzo de 2026

<sup>11</sup> 21: Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería, porcelana y loza.

<sup>12</sup> 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Ref. Expediente N° SD2025/0011513



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