

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 30011

Ref. Expediente N° SD2025/0085991

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 27 de agosto de 2025, JOSUE NIETO ALVARADO, solicitó el registro de la Marca HOMSYCARE LIMPIEZA DOMÉSTICA PROFUNDA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 37 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, 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.

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,

¹ 37: Lavado y limpieza de vehículos; limpieza de alfombras; limpieza de alfombras y tapetes; limpieza de automóviles y lavado de coches; limpieza de interior de carros; limpieza de mobiliario; limpieza de muebles; limpieza de tapicerías; limpieza de tapizados; limpieza de tejidos; servicios de limpieza de tapicerías; servicios de limpieza de tapizados; servicios de limpieza de tejidos; servicios de limpieza de vehículos automóviles.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0085991

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titulares	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	Homsy	Lina Paola Castañeda Mora y Josue Nieto Alvarado	SD2022/0128775	11	37	Marca	Registrada	10/06/2035

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).³

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0085991

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

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor. En efecto, al analizar en conjunto las denominaciones **HOMSYCARE LIMPIEZA DOMÉSTICA PROFUNDA** (signo solicitado) y **HOMSY** (marca registrada), se advierte que presentan similitudes relevantes desde los puntos de vista ortográfico, fonético y visual.

Desde la perspectiva ortográfica y fonética, el signo solicitado reproduce íntegramente el término **“HOMSY”**, que constituye el elemento distintivo y dominante de la marca previamente registrada. Si bien el signo solicitado incorpora las expresiones adicionales **“CARE”** y **“LIMPIEZA DOMÉSTICA PROFUNDA”**, estas poseen un carácter descriptivo o explicativo respecto de los servicios que se pretenden identificar, por lo que carecen de la fuerza distintiva suficiente para desvirtuar la impresión de conjunto generada por el componente principal. Asimismo, tales adiciones no alteran la estructura ni la sonoridad dominante del conjunto, pues el consumidor tendrá identificar y recordar el elemento coincidente **“HOMSY”**, máxime cuando esta conserva una posición relevante dentro del signo solicitado.

En el plano visual, la presencia íntegra del término **“HOMSY”**, junto con el componente gráfico coincidente consistente en la figura de una aspiradora de mano, refuerza la semejanza entre los signos comparados, generando una proximidad perceptible a simple vista. En consecuencia, las similitudes advertidas resultan suficientes para configurar un riesgo de confusión en el mercado.

Asimismo, esta Dirección evidencia que el signo solicitado está siendo tramitado a nombre del señor JOSUÉ NIETO ALVARADO, quien ostenta la titularidad compartida de la marca registrada “HOMSY”, derecho que comparte con la señora LINA PAOLA CASTAÑEDA MORA, tal y como consta en la base de datos de esta entidad. En tal sentido, de concederse el registro de la marca solicitada a favor de un único titular, se configuraría una afectación al derecho de propiedad industrial que igualmente ostenta la señora LINA PAOLA CASTAÑEDA MORA, en su calidad de cotitular del signo previamente registrado. Ello implicaría desconocer la situación jurídica de cotitularidad existente y vulnerar el principio de respeto por los derechos válidamente adquiridos.

En consecuencia, cualquier decisión o actuación relacionada con el signo solicitado que guarde identidad o conexidad con la marca previamente registrada deberá considerar la titularidad compartida debidamente inscrita, a fin de salvaguardar los derechos de todos los cotitulares y evitar la eventual afectación de derechos de terceros.

Ref. Expediente N° SD2025/0085991

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 37: Lavado y limpieza de vehículos; limpieza de alfombras; limpieza de alfombras y tapetes; limpieza de automóviles y lavado de coches; limpieza de interior de carros; limpieza de mobiliario; limpieza de muebles; limpieza de tapicerías; limpieza de tapizados; limpieza de tejidos; servicios de limpieza de tapicerías; servicios de limpieza de tapizados; servicios de limpieza de tejidos; servicios de limpieza de vehículos automóviles.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2022/012877 clase: Servicios de limpieza de acondicionadores de aire; servicios de limpieza de edificios; servicios de limpieza de estructuras; servicios de limpieza de estructuras móviles; servicios de limpieza de fachadas de edificios.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 37 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 o 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, en el presente caso no cabe duda sobre la relación existente entre los signos confrontados, toda vez que se enmarcan dentro del mismo sector económico “*servicios de limpieza*” y pueden ser ofrecidos por empresas que amplían o diversifican su portafolio dentro de dicha actividad. Por tanto, resulta razonable que el consumidor considere que tales servicios provienen del mismo empresario, configurándose así la conexión competitiva y, en consecuencia, el riesgo de confusión 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

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0085991

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 HOMSYCARE LIMPIEZA DOMÉSTICA PROFUNDA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 37 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por JOSUE NIETO ALVARADO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a JOSUE NIETO ALVARADO, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 23 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 37: Lavado y limpieza de vehículos; limpieza de alfombras; limpieza de alfombras y tapetes; limpieza de automóviles y lavado de coches; limpieza de interior de carros; limpieza de mobiliario; limpieza de muebles; limpieza de tapicerías; limpieza de tapizados; limpieza de tejidos; servicios de limpieza de tapicerías; servicios de limpieza de tapizados; servicios de limpieza de tejidos; servicios de limpieza de vehículos automóviles.