

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 30794

Ref. Expediente N° SD2025/0093663

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 13 de septiembre de 2025, la sociedad KAPITALIA S.A.S., solicitó el registro de la Marca B BOMMA HOUSE (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 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.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 43: Servicios de alojamiento temporal, de corta y larga duración, incluyendo hospedaje, alquiler, de apartamentos amueblados y casas de hospedaje.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0093663

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	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	BIOMA	BIOMA S.A.S	14060767	10	43	Marca	Registrada	24/10/2034

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

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

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

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

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

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (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° SD2025/0093663

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

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 encuentra que los signos analizados resultan confundibles, en la medida en que el elemento nominativo constituye el componente de mayor relevancia dentro de los signos bajo estudio. En efecto, al apreciarlos en conjunto y de manera sucesiva, se observa que el signo solicitado B BOMMA HOUSE y la marca registrada BIOMA presentan semejanzas ortográficas, y fonéticas, dado que el signo solicitado reproduce de forma aproximada la estructura y sonoridad de la expresión distintiva de la marca registrada, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para neutralizar el riesgo de confusión.

En primer lugar, desde el punto de vista ortográfico, se advierte que los vocablos BOMMA y BIOMA comparten una configuración visual semejante, al coincidir en cuatro de sus cinco letras, particularmente en las consonantes B y M, así como en la vocal final A, presentando además una longitud similar y una estructura gráfica próxima. La variación consistente en la sustitución de la vocal “I” no resulta suficiente para desvirtuar la semejanza global, toda vez que el consumidor medio puede mantener una impresión asociativa entre los signos.

Desde la perspectiva fonética, la similitud también es relevante, pues las expresiones BOMMA y BIOMA presentan una sonoridad cercana, con idéntico arranque en la consonante “B”, presencia del sonido nasal “M” y terminación en “A”, lo que produce una cadencia similar al ser pronunciadas. En este sentido, las diferencias intermedias no alteran sustancialmente la percepción auditiva del conjunto.

Por otra parte, los elementos adicionales del signo solicitado tampoco tienen la entidad suficiente para dotarlo de distintividad autónoma. La letra “B”, presentada de manera



Ref. Expediente N° SD2025/0093663

separada, será percibida como un elemento accesorio; mientras que la expresión “HOUSE”, aplicada a servicios de la clase 43 relacionados con hospedaje, alojamiento temporal, hotelería o servicios de restauración, posee un carácter evocativo o débilmente distintivo, pues sugiere directamente un lugar o establecimiento destinado a prestar tales servicios. En consecuencia, el consumidor centrará su atención en el vocablo BOMMA, que constituye el núcleo distintivo del signo solicitado.

En consecuencia, las similitudes ortográficas y fonéticas advertidas generan una impresión de conjunto semejante, susceptible de inducir al consumidor a error respecto del origen empresarial de los servicios identificados o a creer erróneamente que se trata de establecimientos pertenecientes a una misma cadena hotelera, una extensión de marca o empresas económicamente vinculadas.

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 43: Servicios de alojamiento temporal, de corta y larga duración, incluyendo hospedaje, alquiler, de apartamentos amueblados y casas de hospedaje.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente 14060767 Clase 43: servicios de hotel y restaurante, reservas de hotel, alojamiento para viajeros. preparación de alimentos y bebidas para el consumo.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 43 internacional de las marcas confrontadas (Identidad y razonabilidad)

Verificada la cobertura de los signos confrontados, esta Dirección encuentra que entre los servicios del signo solicitado en la clase 43, consistentes en servicios de alojamiento temporal, de corta y larga duración, incluyendo hospedaje y alquiler de apartamentos amueblados y casas de hospedaje, y los servicios amparados por la marca registrada, se configura conexión competitiva por identidad y por razonabilidad.

En primer lugar, existe identidad respecto de los servicios de alojamiento temporal, hospedaje y alojamiento para viajeros, pues todos están dirigidos a satisfacer la misma necesidad de alojamiento o estancia temporal del consumidor. De igual manera, los servicios de hotel comprendidos en la marca registrada abarcan naturalmente modalidades como hospedaje en habitaciones, apartamentos amueblados, suites, residencias turísticas o casas de hospedaje, por lo que existe coincidencia directa en la naturaleza, finalidad y destinación de los servicios confrontados.

Por otra parte, existe conexión competitiva por razonabilidad, dado que, atendiendo a la realidad del mercado, el consumidor medio podría considerar razonable que los servicios confrontados provengan de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas. En

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0093663

efecto, en la práctica comercial es frecuente que una misma empresa del sector hotelero ofrezca bajo una misma marca distintas modalidades de alojamiento, incluyendo hoteles tradicionales, apartahoteles, apartamentos turísticos, casas vacacionales o servicios de reservas.

Adicionalmente, los servicios de restaurante, preparación de alimentos y bebidas para el consumo y reservas de hotel resultan complementarios y suelen prestarse de manera conjunta o integrada con los servicios de hospedaje, reforzando la percepción de unidad empresarial. En consecuencia, desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable considerar que los servicios confrontados provienen del mismo empresario o de empresas económicamente vinculadas, configurándose una conexión competitiva por identidad y por razonabilidad, susceptible de generar riesgo de confusión o de asociación empresarial.

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 B BOMMA HOUSE (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la sociedad KAPITALIA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a la sociedad KAPITALIA 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 27 de abril de 2026

⁵ 43: Servicios de alojamiento temporal, de corta y larga duración, incluyendo hospedaje, alquiler, de apartamentos amueblados y casas de hospedaje.

Ref. Expediente N° SD2025/0093663



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS