

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 31327

Ref. Expediente N° SD2025/0092302

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 10 de septiembre de 2025, CONSTRUCTORA SAOMA SAS, solicitó el registro de la Marca PUNTA VELA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35, 36, 37, 39 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1093, 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.

¹ **35:** Agrupamiento, en beneficio de terceros, de productos diversos, excepto su transporte, para que los consumidores puedan examinarlos y comprarlos a su conveniencia; servicios de tiendas de venta al por menor.
36: Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas.
37: Construcción, mantenimiento y renovación de edificios.
39: Alquiler de plazas de parqueo.
43: Suministro de hospedajes temporales; suministro de instalaciones para eventos sociales.

Ref. Expediente N° SD2025/0092302

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, 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:

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

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

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

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

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° SD2025/0092302

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	Vela Village	PROMOTORA BARLOVENTO DEL MAR S.A.S.	SD2020/0031783	11	36, 37, 43	Marca	Registrada	19 oct. 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	VELA VILLAGE

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013 ha señalado que:

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

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”.



Ref. Expediente N° SD2025/0092302

Análisis comparativo

Es pertinente mencionar que esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos marcarios, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas las que usaría para pedir los productos solicitados o protegidos con éstos.

En efecto, esta Dirección encuentra que los signos PUNTA VELA / VELA VILLAGE, analizados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes ortográficas y fonéticas susceptibles de inducir en error al público consumidor.

Dicho esto, es posible determinar que el signo solicitado PUNTA VELA presenta similitudes ortográficas respecto de la marca previamente registrada VELA VILLAGE, en la medida en que ambos signos coinciden plenamente en el vocablo “VELA”, el cual constituye el elemento central y distintivo dentro de las denominaciones comparadas.

Ahora bien, desde la perspectiva fonética, al ser articuladas las denominaciones PUNTA VELA / VELA VILLAGE, se advierte que ambas expresiones generan un impacto sonoro similar en torno a los fonemas predominantes /ve-la/ correspondientes al término “VELA”, el cual se mantiene como eje fonético común en las denominaciones comparadas. En tal sentido, la inclusión del término “PUNTA” no resulta suficiente para diluir su parecido fonético entre los signos confrontados.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

Dentro de los servicios a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

Clase 36: Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas.

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° SD2025/0092302

Clase 37: Construcción, mantenimiento y renovación de edificios.

Clase 43: Suministro de hospedajes temporales; suministro de instalaciones para eventos sociales.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2020/0031783

Clase 36: Administración de bienes inmuebles; administración de edificios de viviendas; alquiler de bienes inmuebles; cobro de alquileres; corretaje de bienes inmuebles.

Clase 37: Construcción; conservación de muebles; consultoría sobre construcción; construcción de edificios; construcción de edificios, carreteras, puentes y diques; construcción de edificios residenciales y comerciales; inspección de edificios durante su construcción; limpieza de exteriores de edificios y suministro de información al respecto; limpieza de interiores de edificios; limpieza de interiores y exteriores de edificios.

Clase 43: Servicios de restaurante y hotelería.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 36 internacional – Criterio de razonabilidad

Esta Dirección observa que el signo solicitado pretende distinguir en la clase 36 servicios tales como *“servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas”*, mientras que el signo previamente registrado ampara en la misma clase servicios como *“administración de bienes inmuebles”*, *“administración de edificios de viviendas”*, *“alquiler de bienes inmuebles”*, *“cobro de alquileres”* y *“corretaje de bienes inmuebles”*.

En tal contexto, del análisis de las coberturas confrontadas se advierte que los servicios enfrentados presentan una relación directa y estrecha, toda vez que todos recaen sobre la gestión, explotación y aprovechamiento económico de bienes inmuebles, compartiendo finalidad, destinatario y canales habituales de prestación dentro del sector inmobiliario.

De otro lado, el público consumidor, al momento de contratar servicios como *“administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas”*, en coexistencia con servicios como *“alquiler de bienes inmuebles”* o *“corretaje de bienes inmuebles”*, puede asumir equivocadamente que estos provienen de un mismo origen empresarial, considerando que es usual que una misma empresa inmobiliaria ofrezca de manera integral servicios de administración, arrendamiento, intermediación y gestión patrimonial.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 37 internacional – Criterio de identidad y razonabilidad

Es importante precisar que los signos distintivos no identifican clases en abstracto, sino servicios específicos, y que dentro de una misma clase pueden coexistir servicios agrupados principalmente por razones de finalidad general, más que por compartir características particulares.

En el presente caso, se advierte que el signo solicitado pretende distinguir, entre otros, los servicios de *“construcción, mantenimiento y renovación de edificios”*, comprendidos en la clase 37 internacional, los cuales se encuentran relacionados con los servicios previamente registrados de *“construcción”*, *“construcción de edificios”* y *“construcción de*

Ref. Expediente N° SD2025/0092302

edificios residenciales y comerciales”, configurándose así una coincidencia sustancial entre las coberturas confrontadas.

De tal suerte que, frente al servicio de “*construcción*”, esta Dirección considera innecesario realizar un examen más profundo para establecer que el signo solicitado pretende identificar el mismo servicio previamente registrado dentro de la clase 37 del nomenclátor internacional.

Ahora bien, respecto de los demás servicios solicitados, tales como “*mantenimiento y renovación de edificios*”, en relación con servicios previamente registrados como “*consultoría sobre construcción*”, “*inspección de edificios durante su construcción*”, “*limpieza de exteriores de edificios*” y “*limpieza de interiores y exteriores de edificios*”, se observa que todos ellos pertenecen al mismo sector de servicios relacionados con la edificación, conservación y mantenimiento de inmuebles.

En ese orden de ideas, es posible que tales servicios sean prestados por un mismo empresario dentro de una misma línea de negocio, compartiendo finalidad, canales de prestación y público objetivo, lo que puede generar en el consumidor la percepción de que provienen de un mismo origen empresarial.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 43 internacional – Criterio de razonabilidad

Esta Dirección también puede advertir que el signo solicitado pretende distinguir en la clase 43 servicios tales como “*suministro de hospedajes temporales*” y “*suministro de instalaciones para eventos sociales*”, mientras que el signo previamente registrado ampara en la misma clase servicios de “*restaurante y hotelería*”.

En este sentido, del análisis de las coberturas confrontadas se advierte que los servicios enfrentados presentan una relación directa, toda vez que todos se encuentran orientados a la atención, alojamiento y prestación de servicios al público dentro del sector hotelero y de hospitalidad.

A su vez, el público consumidor, al momento de contratar servicios como “*suministro de hospedajes temporales*” o “*suministro de instalaciones para eventos sociales*”, en coexistencia con servicios de “*hotelería*” o “*restaurante*”, puede asumir equivocadamente que estos provienen de un mismo origen empresarial, considerando que es habitual que hoteles, centros turísticos y establecimientos de hospedaje ofrezcan de manera conjunta servicios de alojamiento, alimentación y espacios para la realización de eventos sociales y corporativos.

Por lo tanto, atendiendo al criterio de razonabilidad, resulta posible concluir que existe conexidad competitiva entre los servicios enfrentados de las clases 36, 37, y 43 internacional, configurándose un riesgo de confusión o de asociación respecto de su origen 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

Ref. Expediente N° SD2025/0092302

irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a las clases 35 y 39 deberán ser suspendidas hasta tanto quede en firme la decisión de las clases restantes, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca PUNTA VELA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por CONSTRUCTORA SAOMA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca PUNTA VELA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 37 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por CONSTRUCTORA SAOMA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca PUNTA VELA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por CONSTRUCTORA SAOMA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a CONSTRUCTORA SAOMA SAS, 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 QUINTO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 28 de abril de 2026

⁵ 36: Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas.

⁶ 37: Construcción, mantenimiento y renovación de edificios.

⁷ 43: Suministro de hospedajes temporales; suministro de instalaciones para eventos sociales.

Ref. Expediente N° SD2025/0092302



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS