



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 45311

Ref. Expediente N° SD2025/0089272

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 3 de septiembre de 2025, RUA ABOGADOS & CONSULTORES S.A.S., solicitó el registro de la Marca RUA Contribuir a la construcción de un mejor mundo (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35, 42 y 45 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1078, 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:

¹ **35:** Asesoramiento y consultoría en negocios, gestión de negocios comerciales, estructuración de negocios, consultoría en adquisiciones y fusiones de empresas; Administración y dirección de fundaciones destinadas a coordinar, controlar o evaluar; planes, programas o proyectos que están orientados a buscar el bienestar de las comunidades; indígenas y de la población rural vulnerable; Administración y dirección de fundaciones; destinadas a brindar asesoría y consultoría en materia de desarrollo de capacidades de personas, grupos y comunidades; Gestión en materia de alianzas público-privadas comunitarias; Contabilidad, contabilidad informatizada, contabilidad administrativa, contabilidad financiera, contabilidad de costes, contabilidad de balances, servicios de contabilidad relacionados con la planificación fiscal, asesoría fiscal [contabilidad], consultoría sobre contabilidad fiscal, servicios de contabilidad financiera y auditorías contables y financieras, servicios de teneduría de libros financieros y auditorías contables y financieras, servicios de consultoría y asesoramiento sobre contabilidad, servicios de contabilidad y auditorías de empresas, servicios de contabilidad para fusiones y adquisiciones, asesoramiento contable sobre cuestiones tributarias, servicios de asesoramiento de declaraciones de impuestos [contabilidad].

42: Servicios de ingeniería, incluyendo peritajes, investigación en materia de protección ambiental, servicios científicos y tecnológicos en materia de la protección ambiental, asesoría en temas de contaminación ambiental, investigación técnica, planificación urbana, estudios de proyectos técnicos, consultoría, investigación e interventoría de proyectos y obras ambientales en general; pruebas, análisis y evaluación de productos y servicios de terceros para fines de certificación o autorización ambiental; consultoría ambiental para procesos de construcción, operación de proyectos agroindustriales y explotación de recursos naturales e hidrocarburos.

45: Servicios de representación y asesoría jurídica para licencias, permisos y trámites ambientales, consultoría en materia de seguridad para la protección del medio ambiente, servicios sociales prestados por terceros para satisfacer necesidades individuales; Servicios jurídicos en todas las áreas del derecho, especialmente relacionados con derecho de los negocios, derecho comercial, derecho corporativo y societario, investigaciones jurídicas sobre fusiones de empresas, derecho contractual, derecho financiero, mercado de valores, derecho tributario, derecho cambiario y aduanero, comercio internacional, derecho inmobiliario, derecho agrario, derecho minero energético y recursos naturales, derecho ambiental, recuperación de cartera, derecho laboral, inversión extranjera, infraestructura y proyectos, responsabilidad social empresarial; servicios jurídicos relacionados con la gestión y efectividad de los derechos de la propiedad intelectual e industrial, tales como marcas, lemas comerciales, nombres y enseñas comerciales y demás signos distintivos, patentes de invención y de modelo de utilidad, diseños industriales, indicaciones geográficas, denominaciones de origen e indicaciones de procedencia, secretos empresariales, nombres de dominio y cuentas de usuario de internet, derechos de autor y derechos conexos, derechos de imagen y derecho del entretenimiento, valoración de intangibles; servicios jurídicos relacionados con aspectos regulatorios y derecho sanitario; litigios civiles, penales y administrativos; servicios jurídicos relacionados con arbitraje y otros mecanismos alternativos de solución de disputas; servicios jurídicos prestados en el exterior en todas las áreas del derecho a través de una red de corresponsales; Servicios jurídicos en todas las áreas del derecho, especialmente relacionados con derecho de los negocios, derecho comercial, derecho corporativo y societario, investigaciones jurídicas sobre fusiones de empresas, derecho contractual, derecho financiero, mercado de valores, derecho tributario, derecho cambiario y aduanero, comercio internacional, derecho inmobiliario, derecho agrario, derecho minero energético y recursos naturales, derecho ambiental, recuperación de cartera, derecho laboral, inversión extranjera, infraestructura y proyectos, responsabilidad social empresarial; servicios jurídicos relacionados con la gestión y efectividad de los derechos de la propiedad intelectual e industrial; servicios jurídicos relacionados con aspectos regulatorios y derecho sanitario; litigios civiles, penales y administrativos; servicios jurídicos relacionados con arbitraje y otros mecanismos alternativos de solución de disputas; servicios jurídicos prestados en el exterior en todas las áreas del derecho a través de una red de corresponsales; Servicios sociales y de desarrollo, a saber: programación, diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y de desarrollo con las comunidades indígenas y de la población rural vulnerable, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades indígenas y población rural vulnerable, servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas, mediación, organización de reuniones sociales, protección civil, solución extrajudicial de controversias (servicios de), servicios de representación y asesoría jurídica.



Ref. Expediente N° SD2025/0089272

“...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 irregistrabilidad 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, 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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0089272

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	RUA- REGISTRO UNIFORME DE SEGURIDAD AÉREA	CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD	SD2019/0031834	11	42	Marca	Registrada	26 nov. 2029

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
 RUA Contribuir a la construcción de un mejor mundo	 RUA- REGISTRO UNIFORME DE SEGURIDAD AÉREA

Jurisprudencia

Comparación entre marcas mixtas

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
proviene
del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0089272

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

De acuerdo a las reglas jurisprudenciales expuestas, es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos/servicios protegidos con estos signos, además del hecho de que 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.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto de manera sucesiva, se observa que **RUA Contribuir a la construcción de un mejor mundo / RUA- REGISTRO UNIFORME DE SEGURIDAD AÉREA** son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce el vocablo diferenciador del signo antecedente, no siendo los demás elementos nominativos y gráficos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar debidamente los signos en el mercado.

En efecto, las similitudes referenciadas en el aspecto nominativo dada la coincidencia del elemento “RUA” podrían inducir en error al consumidor promedio, pues podría pensar que se encuentra ante una modificación, ampliación o innovación del signo protegido o en su defecto asociarlos con un mismo origen empresarial, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Adicionalmente, es necesario recordar que el consumidor medio, habitualmente, no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto en su memoria de los signos en cuestión y que, además el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0089272

Conexión competitiva

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

42: Servicios de ingeniería, incluyendo peritajes, investigación en materia de protección ambiental, servicios científicos y tecnológicos en materia de la protección ambiental, asesoría en temas de contaminación ambiental, investigación técnica, planificación urbana, estudios de proyectos técnicos, consultoría, investigación e interventoría de proyectos y obras ambientales en general; pruebas, análisis y evaluación de productos y servicios de terceros para fines de certificación o autorización ambiental; consultoría ambiental para procesos de construcción, operación de proyectos agroindustriales y explotación de recursos naturales e hidrocarburos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Producto y/o servicios
------------	------------------------

SD2019/0031834	(42): Servicios científicos y tecnológicos.
----------------	---

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos 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, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

En efecto, dentro de los servicios científicos y tecnológicos, de la marca previa, se encuentran los servicios de ingeniería, incluyendo peritajes, investigación en materia de protección ambiental, servicios científicos y tecnológicos en materia de la protección ambiental y otros de la marca solicitada, lo cual perfecciona la relación de GÉNERO-ESPECIE antedicha, por lo que no se requiere mayor análisis para acreditar los criterios de conexidad competitiva dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

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

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° SD2025/0089272

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 45** deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la **clase 42** restante, 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 1: Negar el registro de la Marca RUA Contribuir a la construcción de un mejor mundo (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por RUA ABOGADOS & CONSULTORES S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 2: Notificar de esta resolución a RUA ABOGADOS & CONSULTORES S.A.S., 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 3: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 17 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS