

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 47668

Ref. Expediente N° SD2025/0118846

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 14 de noviembre de 2025, COMUNICACIONES BUEN GUSTO SAS, solicitó el registro de la Marca **BUEN GUSTO COMUNIDAD HORECA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 38 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1086, 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

¹ **38:** Audiodifusión; difusión continua de contenidos de audio por internet; difusión continua de contenidos de audio y de vídeo por internet; difusión continua de contenidos sonoros, visuales y audiovisuales a través de redes informáticas mundiales; difusión de audio; difusión de contenidos audiovisuales por internet; difusión de contenidos audiovisuales y multimedia por internet; difusión de contenidos de audio por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de audio, vídeo y multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de vídeo por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos multimedia por internet; difusión de flujo continuo de material de vídeo por internet; difusión de información financiera por satélite; difusión de podcasts; difusión interactiva; difusión multimedia por internet; difusión por la red; servicios de difusión por internet; servicios de difusión por la red; transmisión de mensajes mediante medios de comunicación electrónicos; transmisión de mensajes por medios de comunicación electrónicos; servicios de envío de sms; servicios de mensajes cortos de voz [vsms]; servicios de mensajes cortos [sms]; transmisión de datos digitales; transmisión de información a través de redes digitales; transmisión digital de audio; envío digital de mensajes de texto; servicios de comunicación digital; servicios de mensajería digital inalámbrica; servicios de mensajería digital inalámbrica de texto y datos numéricos; servicios de transmisión de información a través de redes digitales; servicios de transmisión de información por redes digitales; servicios de transmisión digital; servicios de transmisión digital y por internet de datos de audio, vídeo o gráficos; transmisión de archivos digitales; transmisión de archivos digitales y de mensajes de correo electrónico; transmisión de archivos digitales entre usuarios de internet; transmisión electrónica de archivos de fotografías digitales por una red entre pares; transmisión electrónica y digital de voz, datos, imágenes, señales y mensajes; transmisión electrónica y transmisión en flujo continuo de contenidos digitales multimedia para terceros, mediante redes informáticas mundiales y locales; transmisión interactiva de vídeos por redes digitales.

Ref. Expediente N° SD2025/0118846

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.

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 (dentrífico) 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° SD2025/0118846

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	OrekaLab	ALEJANDRA CAMACHO RINCON	SD2019/0037885	11	38	Marca	Registrada	5 ene 2033

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

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”.

Análisis comparativo



Ref. Expediente N° SD2025/0118846

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“BUEN GUSTO COMUNIDAD HORECA”** se encuentra incurso en la causal de irreregistrabilidad establecida en la Decisión 486 del año 2000 traída a colación

Esta dirección encuentra que, los signos analizados **“BUEN GUSTO COMUNIDAD HORECA”** y **“OREKALAB”** son similarmente confundibles, dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados; esto en cuanto a la expresión que comparte similitud fonética **“OREC(K)A”** de los signos objeto del análisis (**HORECA – OREKA**), donde el reemplazo de la consonante final **“C”** por **“K”** y la presencia o no de la consonante inicial **“H”**, no tiene el suficiente peso sonoro para eliminar las similitudes encontradas.

Así mismo, y en cuanto al análisis ortográfico, se determina un alto nivel de semejanzas en cuanto a su escritura, dada la extensión de los vocablos relevantes y sus sílabas, las similitudes en las raíces y las terminaciones, y la coincidencia en el uso de la mayoría de los elementos nominales que los conforman, ubicados en una posición gramatical similar (**H-O-R-E-C-A / O-R-E-K-A**), donde la variación nominal no presenta la fuerza suficiente para desvirtuar la similitud existente, esto es la adición de la consonante inicial **“H”** y el reemplazo de la consonante final **“C”** por **“K”**.

Finalmente, no se desconoce que el signo solicitado adiciona elementos gráficos consistentes en una tipografía particular y diseño en la última vocal **“O”** junto con la reivindicación de colores, sin embargo, estas variaciones no logran mitigar el riesgo de confundibilidad, en razón a la parte nominativa (**HORECA – OREKA**), que comparten.

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 38: Audiodifusión; difusión continua de contenidos de audio por internet; difusión continua de contenidos de audio y de vídeo por internet; difusión continua de contenidos

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° SD2025/0118846

sonoros, visuales y audiovisuales a través de redes informáticas mundiales; difusión de audio; difusión de contenidos audiovisuales por internet; difusión de contenidos audiovisuales y multimedia por internet; difusión de contenidos de audio por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de audio, vídeo y multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de vídeo por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos multimedia por internet; difusión de flujo continuo de material de vídeo por internet; difusión de información financiera por satélite; difusión de podcasts; difusión interactiva; difusión multimedia por internet; difusión por la red; servicios de difusión por internet; servicios de difusión por la red; transmisión de mensajes mediante medios de comunicación electrónicos; transmisión de mensajes por medios de comunicación electrónicos; servicios de envío de sms; servicios de mensajes cortos de voz [vsms]; servicios de mensajes cortos [sms]; transmisión de mensajes cortos [sms] entre dispositivos de telecomunicación móvil; difusión digital de audio; envío digital de mensajes de texto; servicios de comunicación digital; servicios de mensajería digital inalámbrica; servicios de mensajería digital inalámbrica de texto y datos numéricos; servicios de transmisión de información a través de redes digitales; servicios de transmisión de información por redes digitales; servicios de transmisión digital; servicios de transmisión digital y por internet de datos de audio, vídeo o gráficos; transmisión de archivos digitales; transmisión de archivos digitales y de mensajes de correo electrónico; transmisión de datos digitales; transmisión de información a través de redes digitales; transmisión de información digital; transmisión de información por redes digitales; transmisión de programas publicitarios y comunicaciones publicitarias multimedia mediante redes digitales de comunicación; transmisión de vídeos por redes digitales; transmisión digital de datos; transmisión digital de datos por internet; transmisión digital de imágenes; transmisión digital de mensajes; transmisión electrónica de archivos de fotografías digitales entre usuarios de internet; transmisión electrónica de archivos de fotografías digitales por una red entre pares; transmisión electrónica y digital de voz, datos, imágenes, señales y mensajes; transmisión electrónica y transmisión en flujo continuo de contenidos digitales multimedia para terceros, mediante redes informáticas mundiales y locales; transmisión interactiva de vídeos por redes digitales.

El signo previamente registrado identifica, entre otros los siguientes servicios:

Expediente SD2019/0037885

Clase 38: Comunicación electrónica mediante salas de charla, líneas de charla y foros de internet; difusión de contenidos de audio por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de audio, vídeo y multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos audiovisuales por internet; difusión de contenidos audiovisuales y multimedia por internet; difusión de contenidos de multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión continua de contenidos de audio y de vídeo por internet; difusión de programaciones de contenidos de vídeo y de audio por internet; intercambio electrónico de mensajes a través de servicios de charla en línea, salas de charla y foros de internet; servicios de acceso a información por internet; servicios de acceso por medios de telecomunicación a contenidos de vídeo disponibles en internet; servicios de acceso a plataformas de información, comunicación y transacciones electrónicas en internet; servicios de comunicación por internet; servicios de voz por protocolo de internet [voip]; transmisión de contenidos multimedia por internet; transmisión de datos por internet; transmisión de datos de audio por internet; transmisión de datos de vídeo por internet; transmisión digital de datos por internet; transmisión de mensajes, datos y contenidos por internet y otras redes informáticas y de comunicación; provisión de foros de discusión [chats] en internet; provisión de foros en línea; provisión de foros en

Ref. Expediente N° SD2025/0118846

línea para la transmisión de mensajes, comentarios y contenidos multimedia entre usuarios; puesta a disposición de foros en internet.

Conexidad entre los servicios de la clase 38 internacional (Identidad)

No es necesario realizar un mayor análisis para evidenciar la relación entre las anteriores coberturas descritas, comoquiera que el signo solicitado pretende identificar los mismos servicios que la marca registrada protege en la Clase 38 internacional, a saber, *“difusión de contenidos de audio por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de audio, vídeo y multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos audiovisuales por internet; difusión de contenidos audiovisuales y multimedia por internet; difusión de contenidos de multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión continua de contenidos de audio y de vídeo por internet; transmisión digital de datos por internet”*. Se concluye entonces que los signos en conflicto, al identificar idénticos servicios dentro de la misma clase, comparten género, naturaleza y finalidades. Las anteriores circunstancias podrían llevar a pensar equivocadamente al consumidor que se encuentra ante prestaciones ofrecidas por el mismo empresario, lo cual no concuerda con la realidad.

Sumado a lo anterior, es de público conocimiento que los servicios antes mencionados se ponen al alcance del consumidor mediante los mismos canales publicitarios y de comercialización, persiguiendo idéntica finalidad, hechos que generan mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

Conexidad entre los servicios de la clase 38 internacional (Razonabilidad)

Así mismo, una vez revisadas las coberturas de los signos enfrentados, encuentra esta entidad que existe conexidad competitiva por razonabilidad toda vez que, los servicios restantes presentan un uso en conjunto y afinidad funcional, pues todos se enmarcan en el ámbito de las telecomunicaciones digitales y tienen como propósito la transmisión, difusión, intercambio o puesta a disposición de información, mensajes y contenidos multimedia mediante plataformas y redes electrónicas.

En consecuencia, los servicios enfrentados comparten, canales de prestación, medios tecnológicos de ejecución y público destinatario, integrado por usuarios de servicios de comunicación e internet. Bajo estas circunstancias, resulta razonable concluir que el consumidor podría percibir que tales servicios provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas económicamente, especialmente considerando la práctica común del sector de ofrecer de manera integrada servicios de transmisión de datos, contenidos multimedia, mensajería y comunicación digital. Por ello, la conexión competitiva entre las coberturas analizadas es alta, circunstancia que incrementa significativamente el riesgo de confusión y de asociación empresarial 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 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.

Ref. Expediente N° SD2025/0118846

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **BUEN GUSTO COMUNIDAD HORECA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 38 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por COMUNICACIONES BUEN GUSTO SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a COMUNICACIONES BUEN GUSTO 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 24 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **38:** Audiodifusión; difusión continua de contenidos de audio por internet; difusión continua de contenidos de audio y de vídeo por internet; difusión continua de contenidos sonoros, visuales y audiovisuales a través de redes informáticas mundiales; difusión de audio; difusión de contenidos audiovisuales por internet; difusión de contenidos audiovisuales y multimedia por internet; difusión de contenidos de audio por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de audio, vídeo y multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de multimedia por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos de vídeo por internet y otras redes de comunicación; difusión de contenidos multimedia por internet; difusión de flujo continuo de material de vídeo por internet; difusión de información financiera por satélite; difusión de podcasts; difusión interactiva; difusión multimedia por internet; difusión por la red; servicios de difusión por internet; servicios de difusión por la red; transmisión de mensajes mediante medios de comunicación electrónicos; transmisión de mensajes por medios de comunicación electrónicos; servicios de envío de sms; servicios de mensajes cortos de voz [vsms]; servicios de mensajes cortos [sms]; transmisión de mensajes cortos [sms] entre dispositivos de telecomunicación móvil; difusión digital de audio; envío digital de mensajes de texto; servicios de comunicación a través de redes digitales; transmisión de información digital; transmisión de información por redes digitales; transmisión de programas publicitarios y comunicaciones publicitarias multimedia mediante redes digitales de comunicación; transmisión de vídeos por redes digitales; transmisión digital de datos; transmisión digital de datos por internet; transmisión digital de imágenes; transmisión digital de mensajes; transmisión electrónica de archivos de fotografías digitales entre usuarios de internet; transmisión electrónica de archivos de fotografías digitales por una red entre pares; transmisión electrónica y digital de voz, datos, imágenes, señales y mensajes; transmisión electrónica y transmisión en flujo continuo de contenidos digitales multimedia para terceros, mediante redes informáticas mundiales y locales; transmisión interactiva de vídeos por redes digitales.