

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 49592

Ref. Expediente N° SD2026/0016445

Por la cual se niega un registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 19 de febrero de 2026, APROPIA OPEN SOURCE SAS, solicitó el registro de la Marca OwLex (Mixta) para distinguir los productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1097, 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 irregistrabilidad 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 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.

¹ 9: Software de aplicaciones para servicios de conexión en redes sociales a través de internet; software de aplicaciones informáticas; software de aplicaciones para computadoras; software de aplicaciones para la web y servidores; software de aplicaciones y servidores web; software de apoyo al sistema; aplicaciones de software informático; software de aplicación para servicios de computación en la nube; software de aplicación para servicios informáticos en la nube; software de computación en la nube; software de informática en la nube; software de servidor en la nube; software en la nube.

42: Consultoría en redes y aplicaciones en la nube; consultoría en redes y aplicaciones en nube; diseño y desarrollo de software operativo para acceder y utilizar redes informáticas en la nube; prestación de entornos informáticos virtuales a través de la informática en nube; programación de software operativo para utilizar redes informáticas en nube y acceder a las mismas; servicios de consultoría en el ámbito de la computación en la nube; servicios de consultoría en el ámbito de la informática en la nube; servicios de computación en la nube; servicios de consultoría en el campo de la computación en nube; servicios de protección de datos almacenados en la nube; servicios informáticos en la nube.

Ref. Expediente N° SD2026/0016445

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 la 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	OWLY	OWLY S.A.S	SD2024/0092856	12	42	Marca	Bajo Examen de Fondo	

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
---------------------	---------------------

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° SD2026/0016445



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”.

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 al público consumidor.

En efecto, si bien las expresiones “OWLEX” y “OWLY” presentan diferencias desde el punto de vista ortográfico y fonético, se advierte que son conceptualmente similares, en la medida en que ambos signos evocan de manera inmediata la figura de un búho. Por una parte, la expresión “OWLY” deriva del vocablo inglés owl, cuyo significado corresponde precisamente a dicho animal, mientras que el signo solicitado “OWLEX” incorpora igualmente la raíz “OWL”, reforzada además por un elemento figurativo que representa de manera clara y predominante un búho. En consecuencia, ambos signos transmiten al consumidor la misma idea o concepto central.

Adicionalmente, la representación gráfica de los signos fortalece dicha proximidad conceptual, toda vez que en ambos casos el elemento figurativo predominante corresponde a la imagen estilizada de un búho, recurso que refuerza la asociación inmediata entre las denominaciones y la misma idea evocada. Así, el consumidor no solo percibirá una coincidencia en la referencia conceptual derivada de la raíz “OWL”, sino también en la representación visual del mismo animal.

En vista de ello, las similitudes conceptuales referidas podrían inducir en error al consumidor promedio, quien podría considerar que el signo solicitado constituye una variación, modernización o nueva línea de productos o servicios de la marca previamente registrada,

Ref. Expediente N° SD2026/0016445

configurándose así un riesgo de confusión y de asociación que impide su coexistencia pacífica en el mercado.

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:

9: Software de aplicaciones para servicios de conexión en redes sociales a través de internet; software de aplicaciones informáticas; software de aplicaciones para computadoras; software de aplicaciones para la web y servidores; software de aplicaciones y servidores web; software de apoyo al sistema; aplicaciones de software informático; software de aplicación para servicios de computación en la nube; software de aplicación para servicios informáticos en la nube; software de computación en la nube; software de informática en la nube; software de servidor en la nube; software en la nube.

42: Consultoría en redes y aplicaciones en la nube; consultoría en redes y aplicaciones en nube; diseño y desarrollo de software operativo para acceder y utilizar redes informáticas en la nube; prestación de entornos informáticos virtuales a través de la informática en nube; programación de software operativo para utilizar redes informáticas en nube y acceder a las mismas; servicios de consultoría en el ámbito de la computación en la nube; servicios de consultoría en el ámbito de la informática en la nube; servicios de computación en la nube; servicios de consultoría en el campo de la computación en nube; servicios de protección de datos almacenados en la nube; servicios informáticos en la nube.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2024/0092856, clase (42): Software como servicio [saas]; servicios de arquitectura; alteración y retoque digital de imágenes fotográficas; retoque fotográfico digital; diseño arquitectónico; diseño de arquitectura; diseño de interiores.

Conexión competitiva entre los productos solicitados en la clase 9 y los servicios de la marca registrada en la clase 42 internacional (Razonabilidad)

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° SD2026/0016445

Para la Dirección, es dado concluir que existe una conexidad competitiva por el criterio de razonabilidad entre los productos que el signo solicitante pretende proteger en la clase 9, a saber: “Software de aplicaciones para servicios de conexión en redes sociales a través de internet; software de aplicaciones informáticas; software de aplicaciones para computadoras; software de aplicaciones para la web y servidores; software de aplicaciones y servidores web; software de apoyo al sistema; aplicaciones de software informático; software de aplicación para servicios de computación en la nube; software de aplicación para servicios informáticos en la nube; software de computación en la nube; software de informática en la nube; software de servidor en la nube; software en la nube”, y los servicios previamente amparados por la marca registrada en la clase 42, consistentes, entre otros, en “Software como servicio [saas]”.

Esta relación se presenta en la medida en que, en la práctica del mercado, el software solicitado en la clase 9 y los servicios de software como servicio [SaaS] de la clase 42 pertenecen al mismo sector tecnológico e informático, y suelen ser ofrecidos por un mismo empresario bajo una misma marca. En efecto, es habitual que una empresa desarrolle, comercialice o suministre tanto software descargable o instalable como soluciones de software en línea, en la nube o bajo modalidad SaaS, dirigidas al mismo público consumidor y orientadas a satisfacer necesidades similares de acceso, gestión, procesamiento y uso de aplicaciones informáticas.

En consecuencia, la coexistencia de los signos podría generar un **riesgo de confusión indirecta**, al inducir al consumidor a creer que los productos de software solicitados en la clase 9 se encuentran vinculados económica o comercialmente con los servicios de software como servicio previamente registrados en la clase 42, afectando así la clara identificación de su procedencia empresarial.

Conexión competitiva entre los servicios solicitados en la clase 42 y los servicios de la marca registrada en la clase 42 internacional (Razonabilidad)

Para la Dirección, es dado concluir que existe una conexidad competitiva por el criterio de razonabilidad entre los servicios que el signo solicitante pretende proteger en la clase 42, a saber: “Consultoría en redes y aplicaciones en la nube; consultoría en redes y aplicaciones en nube; diseño y desarrollo de software operativo para acceder y utilizar redes informáticas en la nube; prestación de entornos informáticos virtuales a través de la informática en nube; programación de software operativo para utilizar redes informáticas en nube y acceder a las mismas; servicios de consultoría en el ámbito de la computación en la nube; servicios de consultoría en el ámbito de la informática en la nube; servicios de computación en la nube; servicios de consultoría en el campo de la computación en nube; servicios de protección de datos almacenados en la nube; servicios informáticos en la nube”, y los servicios previamente amparados por la marca registrada en la misma clase 42, especialmente “Software como servicio [SaaS]”.

Esta relación se presenta en la medida en que, en la práctica del mercado, los servicios de computación en la nube, consultoría en aplicaciones en la nube, desarrollo de software operativo para redes informáticas en la nube, protección de datos almacenados en la nube y prestación de entornos informáticos virtuales se encuentran estrechamente vinculados con los servicios de software como servicio [SaaS], pues todos hacen parte de soluciones tecnológicas ofrecidas mediante infraestructura digital o plataformas en línea. En efecto, es habitual que un mismo empresario preste, bajo una misma marca, servicios SaaS junto con servicios de nube, consultoría tecnológica, protección de datos, desarrollo y programación de software para acceder o utilizar redes informáticas, dirigidos al mismo público consumidor y a través de canales coincidentes.

Ref. Expediente N° SD2026/0016445

En consecuencia, la coexistencia de los signos podría generar un riesgo de confusión indirecta, al inducir al consumidor a creer que los servicios solicitados en la clase 42 se encuentran vinculados económica o comercialmente con los servicios de software como servicio [SaaS] previamente registrados en la misma clase, afectando así la clara identificación de su procedencia 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 literal a) del artículo 136 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 OwLex (Mixta) para distinguir los productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por APROPIA OPEN SOURCE SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca OwLex (Mixta) para distinguir los servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por APROPIA OPEN SOURCE SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a APROPIA OPEN SOURCE 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de junio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)