

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 74894

Ref. Expediente N° SD2025/0009685

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 6 de febrero de 2025, JEISON ESNEIDER MANRIQUE OSSA, solicitó el registro de la Marca KHLOTHO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1060, 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.

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

¹ 25: Ropa*; ropa de deporte; ropa de exterior para niños; ropa de hombre; ropa de protección solar; ropa exterior; ropa exterior de caballero; ropa exterior para bebés; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niños; ropa para correr; ropa para dormir; ropa para estar en casa; ropa para joggings; ropa para mujeres; ropa para niños; ropa vaquera; chaquetas sudadera; sudaderas; camisas-chaquetas; chaquetas; chaquetas deportivas; pantalones de caballero; pantalones de caza; pantalones de chándal de caballero; pantalones de chándal para adultos; pantalones de deporte; ropa exterior de niña; ropa exterior de niño; ropa de niña; ropa de niño.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0009685

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	CLOTÓ	PAULA ANDREA CARDONA MANCO	SD2023/0116841	12	25	Marca	Registrada	02/05/2035

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

•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° SD2025/0009685

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

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado KHLOTHO (mixta) y la marca registrada CLOTÓ (mixta), apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado KHLOTHO presenta similitudes fonéticas respecto de la marca registrada toda vez que al ser pronunciados generan un impacto sonoro semejante en razón a la disposición de los fonemas utilizados, debido a que las letras C y K emiten el mismo sonido, la letra H intermedia no genera ningún sonido y la combinación de las letras TH emiten una asonancia muy similar que la letra T.

En vista de ello, los consumidores podrían creer que el signo solicitado es una variación de la marca registrada cuando en realidad no es así.

Adicionalmente, a pesar que el signo solicitado sea de naturaleza mixta, es evidente que en el conjunto marcario predomina la parte nominativa del signo por cuanto se trata de una tipografía especial y la imagen de la cara de un hombre que no es derrotero para diluir la semejanza con la marca antecedente.

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 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

Ref. Expediente N° SD2025/0009685

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Ropa*; ropa de deporte; ropa de exterior para niños; ropa de hombre; ropa de protección solar; ropa exterior; ropa exterior de caballero; ropa exterior para bebés; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niños; ropa para correr; ropa para dormir; ropa para estar en casa; ropa para joggings; ropa para mujeres; ropa para niños; ropa vaquera; chaquetas sudadera; sudaderas; camisas-chaquetas; chaquetas; chaquetas deportivas; pantalones de caballero; pantalones de caza; pantalones de chándal de caballero; pantalones de chándal para adultos; pantalones de deporte; ropa exterior de niña; ropa exterior de niño; ropa de niña; ropa de niño.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2023/0116841 Clase 25: Jorongos [prendas de vestir]; kitenges [prendas de vestir de colores vivos]; magoja [chaquetas exteriores coreanas para llevar sobre prendas de vestir básicas]; manguitos [prendas de vestir]; manguitos calentadores [prendas de vestir]; manoplas [prendas de vestir]; mascadas [prendas de vestir]; paliacates [prendas de vestir]; pareos [prendas de vestir]; pañoletas [prendas de vestir]; pañuelos [prendas de vestir]; pieles [prendas de vestir]; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; rebozos [prendas de vestir]; sarapes [prendas de vestir]; tops [prendas de vestir]; uuj [prendas de vestir tradicionales de mongolia]; calcetines*; pijamas; prendas de vestir*; monos [prendas de vestir]; pantalones; trajes*; guernseys [suéteres]; maillots [suéteres]; suéteres; abrigos; ajustadores [ropa interior]; albas; albornoces; anoraks; babushkas; baeja [chalecos coreanos tradicionales de señora]; baggies [shorts cortos sueltos]; balaclavas; batas [guardapolvos]; batas [saltos de cama]; batas cortas para llevar sobre el quimono; batas de casa; bañadores; batines; biquinis; blazers; blusas; blusones; bléisers; blúmers*; boas [bufandas]; bodis; bodys; boleros; bombachas*; borceguís; bragas*; bufandas; burkas; burnus [capas largas de lana con capucha]; burqas; bustiers; buzos de abrigo para bebés; bóxer ajustados; bóxer slips; caftanes; calentadores [prendas de vestir]; calentamanos [prendas de vestir]; calzas [leggings]; calzoncillos; camisas*; camisas-chaquetas; camisetas; camisolas; camisolines [pecheras de camisa]; camisonos; camperas; capuchas; casacas; casullas; cazadoras; ceñidores de cintura; chadors; chales; chalinas; chalines; chamarras; chaquetas; chaquetillas; chaquetones; chaqués; chemas; chubasqueros; chándales; cinturillas; cinturones (prendas de vestir); combinaciones; conjuntos de vestir; corbatas; corpiños [ropa interior]; corsages [lencería]; corseletes; corsés [prendas de corsetería]; corsés [ropa interior]; cortavientos; cuellos; cárdigans; darra'a caftanes [vestidos de mangas anchas sueltas]; dashikis [camisas sueltas de colores vivos]; datejime; datemaki; deel [prendas de vestir tradicionales de mongolia]; enaguas; escarpines; esmóquines; fajas [corsés]; fajas [ropa interior]; fajines; faldas; fracs; franelas; fulares; gabanes; gabardinas; gandora [vestidos de mangas anchas sueltas]; gorras; gorros; grand boubou [vestidos de mangas anchas sueltas]; guantes (prendas de vestir); guardapolvos [prendas de vestir]; guayabanas [prendas de vestir]; hakama [faldas plisadas para kimonos de ceremonia]; hanbok; haneri; huípiles [prendas de vestir]; ihrams [prendas de vestir]; impermeables; jeogori [prendas superiores básicas de ropa tradicional coreana]; jerseys [prendas de vestir]; jockstrap [lencería]; juban; jubones; kilts [faldas escocesas]; kimonos; koshimaki; lederhosen [pantalones de cuero

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° SD2025/0009685

hasta la rodilla]; lencería; ligas [ropa interior]; ligeros; maillots [camisetas de deporte]; maillots [camisetas de tirantes]; maillots sin mangas; mallas; mallones [leggings]; mascadas; mañanitas; medias*; minifaldas; minishorts; mitones; monoquinis; monoshorts; musculosas; muu-muus [vestidos hawaianos]; muumuus [vestidos hawaianos]; muñequeras; nagagi; nemaki; nicabes; obi; pajaritas; paletós; paliacates; pantaletas*; pantis; parkas; pañoletas; pañuelos; peleles; pelerinas; pellizas; petos; pichis; pieles artificiales [prendas de vestir]; playeras; poleras; polleras; pololos; polos; ponchos; prendas de calcetería; prendas de corsetería; prendas de cuero; prendas de dormir; prendas de forro polar; prendas de mediería; prendas de punto; prendas de sujeción que no sean de uso médico; prendas de vestir bordadas; prendas de vestir cortaviento; prendas de vestir de cachemira; prendas de vestir de cuero; prendas de vestir de deporte; prendas de vestir de felpa; prendas de vestir de lana; prendas de vestir de lino; prendas de vestir de napa; prendas de vestir de peletería; prendas de vestir de piel artificial; prendas de vestir de plumas; prendas de vestir de plumón; prendas de vestir impermeables; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas de vestir resistentes al agua; prendas de vestir tejidas; prendas inferiores; pulóveres con capucha; pulóveres de forro polar; pulóveres de manga corta; pulóveres de manga larga; quimonos largos; rebecas; remeras; ropa de bebé; ropa de cachemira; ropa de confección; ropa de cuero; ropa de deporte; ropa de dormir; ropa de ejercicio; ropa de embarazadas; ropa de estar en casa; ropa de etiqueta; ropa de exterior; ropa de hombre; ropa de lana; ropa de lluvia; ropa de látex; ropa de niña; ropa de niño; ropa de ocio; ropa de playa; ropa de punto; ropa de seda; ropa de trabajo; ropa exterior; ropa impermeable; ropa informal; ropa interior; ropa para embarazadas; ropa para mujeres; ropa para niños; ropa*; ruanas; saharianas [chalecos]; salidas de baño; saltos de cama; sarapes; saris; sarongs [pareos]; shorties; shorts; slips; sobretodos; soleras; solideos; soquetes; sostenes; tabi; tangas; tapados; taqiyah [solideos]; ternos; thobes; tiradores [prendas de vestir]; tiradores [ropa]; tirantes para ropa; tops [ropa]; trenzas; trincheras; turbantes; uniformes; vaqueros; vestidos; vestimenta; vestuario.

Relación competitiva de productos en la clase 25 internacional (identidad).

Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar 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 de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos en la clase 25 internacional (identidad), los cuales versan sobre *ropa, ropa de deporte, ropa de hombre, ropa exterior, ropa de dormir, ropa para estar en casa, ropa para mujeres, ropa para niños, chaquetas, ropa de niña, ropa de niños* lo que conlleva a que compartan la misma naturaleza y destinación.

Sumado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos 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.

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° SD2025/0009685

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca KHLOTHO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por JEISON ESNEIDER MANRIQUE OSSA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a JEISON ESNEIDER MANRIQUE OSSA, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 24 de septiembre de 2025



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

⁵ 25: Ropa*; ropa de deporte; ropa de exterior para niños; ropa de hombre; ropa de protección solar; ropa exterior; ropa exterior de caballero; ropa exterior para bebés; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niños; ropa para correr; ropa para dormir; ropa para estar en casa; ropa para joggings; ropa para mujeres; ropa para niños; ropa vaquera; chaquetas sudadera; sudaderas; camisas-chaquetas; chaquetas; chaquetas deportivas; pantalones de caballero; pantalones de caza; pantalones de chándal de caballero; pantalones de chándal para adultos; pantalones de deporte; ropa exterior de niña; ropa exterior de niño; ropa de niña; ropa de niño.