

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 77331

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 11 de abril de 2025, la sociedad **CORPORACION INSTITUTO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS**, solicitó el registro de la Marca **CIAF** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 28 de abril de 2025, la sociedad **CORPORACION ANDINA DE FOMENTO** presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(...) III. MOTIVOS DE INCONFORMIDAD QUE SUSTENTAN LA OPOSICIÓN

La Dirección debe negar el registro de CIAF (mixta), atendiendo a que entre las marcas en conflicto concurren una serie de características y circunstancias que las hacen confundibles entre sí y que hacen inviable su coexistencia en el mercado, por lo cual, se configuran la causal de irregistrabilidad prevista en el artículo 136, literal a) de la Decisión 486.

(...) 3.1.1. Las marcas en conflicto son similarmente confundibles.

Para el presente caso, se cumple uno de los supuestos que pueden dar lugar al riesgo de confusión¹ o asociación, consistente en la similitud entre los elementos distintivos de los signos cotejados, y la identidad entre los servicios identificados, como se pasa a analizar.

Los signos en conflicto generan una impresión confundible para el consumidor desde el aspecto conceptual, ortográfico, visual y fonético, dada la reproducción de la mayor parte de la expresión “CAF” esto es, el elemento relevante y principal de la marca opositora.

- Análisis ortográfico, visual y fonético.

La marca solicitada CIAF (mixta) reproduce prácticamente toda la marca opositora de forma que genera similitudes desde el punto de vista ortográfico, visual y fonético pues solo las diferencia una letra.

(...) En ese sentido, no se requieren comparaciones sofisticadas o mayor análisis para darse cuenta de que las marcas generarían un grave riesgo de asociación y confusión:

CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF /

¹ 41: Educación; educación y enseñanza; educación y formación; información sobre educación; servicios de educación académica; servicios de educación y formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; suministro de información sobre educación; servicios de educación e instrucción.

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF /
CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF /
CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF /
CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF / CAF /
CIAF / CAF / CIAF / CAF / CIAF

Como podrá concluir este Despacho, la diferencia entre las marcas comparadas es casi imperceptible pues solo las diferencia la inclusión de la letra “I” en la marca solicitada sin que esta sea suficiente para diferenciarlas o distinguirlas.

(...) En el caso concreto, las marcas comparadas son de naturaleza mixta y, como se observa, ambas se limitan a representar gráficamente su componente nominativo con una tipografía sin agregar elementos gráficos adicionales que generen un mayor impacto o permitan su diferenciación. Por lo tanto, el consumidor fácilmente podría creer que se trata de un nuevo logo de la marca de mi representada pues al observarlas, resulta factible ignorar que su única diferencia es una letra.

Ahora bien, respecto a la similitud fonética, la misma se da por la coincidencia ortográfica de la mayoría de las marcas comparadas pues, como fue mencionado anteriormente, el hecho que la marca opositora incluya una letra “I”, no permite la diferenciación entre ambas pues no genera un impacto sonoro ni ortográfico suficiente como para diferenciarlas.

En consecuencia, si llegara a permitirse la coexistencia de la marca solicitada y la familia de marcas registrada, se afectarían los derechos de mi representada y los consumidores para comprender de forma libre e informada el origen empresarial de la marca solicitada.

3.1.2. Los servicios identificados por las marcas presentan conexión competitiva.

(...) Marca solicitada: pretende identificar en la clase 41: “Educación; educación y enseñanza; educación y formación; información sobre educación; servicios de educación académica; servicios de educación y formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; suministro de información sobre educación; servicios de educación e instrucción.”

Marca opositora: identifica en clase 41: “servicios de educación y enseñanza; actividades culturales; organización de talleres de formación. asociaciones públicas.”

Para la adecuada evaluación de la relación entre los servicios mencionados, es fundamental abordar lo dispuesto por el Tribunal Andino en el Proceso 100-IP-2018, según el cual habrá vinculación, conexión o relación competitiva directa entre los productos y/o servicios cuando se cumplan los criterios de: (i) sustituibilidad; (ii) complementariedad; y (iii) razonabilidad, más allá de la simple similitud en los “canales de aprovisionamiento, distribución o de comercialización; los medios de publicidad empleados; la tecnología empleada; la finalidad o función; el mismo género; o la misma naturaleza de los productos o servicios”.

En efecto, los servicios identificados por la marca opositora y la marca solicitada son complementarios, sustitutos y razonablemente podrían provenir del mismo empresario. Así, las marcas cotejadas identifican servicios de educación, enseñanza y formación que, sin duda, al tratarse de servicios idénticos, se complementan entre sí, son sustitutos y razonablemente pueden provenir de un mismo empresario.

De esta forma, también se cumpliría con el criterio de razonabilidad en este caso, según el cual “existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

mercado, podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario (...).

En efecto, es razonable asumir que un mismo empresario tiene la capacidad de proveer los mismos servicios y algunos otros servicios relacionados como los son aquellos de educación, formación y enseñanza.

Por todo lo anterior, es posible concluir que existe una relación competitiva estrecha entre los servicios identificados por las marcas, por cuanto cumplen con los criterios de intercambiabilidad, complementariedad y razonabilidad, desarrollados por el Tribunal Andino (...).

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **CORPORACION INSTITUTO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS**, dio respuesta a la oposición argumentando:

"(...) III. ARGUMENTACIÓN

1. INEXISTENCIA DE RIESGO DE CONFUSIÓN O DE ASOCIACIÓN:

a) Sobre la registrabilidad de letras, siglas y acrónimos como signos distintivos: De conformidad con el artículo 134 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, pueden registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica y con capacidad distintiva. Esta disposición expresamente incluye "las letras, cifras y colores, así como cualquier combinación de estos", habilitando la registrabilidad de acrónimos y siglas como marcas, siempre que cumplan con la función de distinguir productos o servicios en el mercado.

En este caso, el signo solicitado CIAF constituye un acrónimo derivado directamente de la denominación institucional completa Corporación Instituto de Administración y Finanzas, lo cual otorga al signo no solo un carácter representativo legítimo sino también un contenido conceptual concreto, identificable y único, que refuerza su distintividad frente a otros signos compuestos por letras aisladas o de uso común.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha precisado que "...La sola coincidencia parcial entre siglas o acrónimos no constituye fundamento suficiente para negar el registro de un signo si este, en su conjunto, transmite una impresión distinta y cumple con su función distintiva (Proceso 31-IP-2010)". Así las cosas, no debe permitirse el monopolio de letras o siglas comunes, salvo que se acredite que han adquirido un carácter distintivo o notorio en el mercado, lo cual no ocurre en este caso respecto de la marca oponente CAF.

La marca CIAF (mixta) no solo es registrable bajo los parámetros normativos, sino que posee un carácter distintivo propio sustentado en su construcción institucional, su uso previo continuo y su posicionamiento como marca educativa.

(...) b) Aplicación del artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comunidad Andina: El fundamento de la oposición se sustenta en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, el cual establece que no podrán registrarse signos que puedan afectar indebidamente derechos de terceros. Para este caso en particular, se desvirtúa cada uno de estos elementos de este literal ya que existen:

- Diferenciación ortográfica, fonética y conceptual: Aunque los signos comparten las letras "C", "A" y "F", la presencia de la letra "I" en CIAF marca una diferencia sustancial en la percepción fonética y ortográfica. Adicionalmente, CIAF es un acrónimo derivado de su denominación completa "Corporación Instituto de Administración y Finanzas", lo cual otorga un significado específico, distinguible y conceptualizable, contrario a lo que ocurre con el término CAF, que alude a una*

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

organización de naturaleza financiera. El signo CAF está conformado por una sola sílaba, de pronunciación directa y cerrada: [kaf], con un sonido breve y contundente. Por el contrario, CIAF se articula como una palabra bisílaba, con pronunciación común en español como [si-áf] o [ki-áf], dependiendo del acento regional. En ambos casos, la inclusión de la vocal "i" al inicio altera sustancialmente el ritmo sonoro y la cadencia del signo completo, generando una ruptura fonética suficiente para evitar confusión.

• *Naturaleza y percepción del consumidor relevante: El público objetivo de la marca CIAF está compuesto por estudiantes, padres de familia, docentes y actores del sector educativo nacional. Este consumidor tiene un nivel de atención alto, particularmente cuidadoso al elegir una institución educativa, lo cual reduce aún más la posibilidad de confusión fonética o conceptual.*

• *Carácter genérico del término "CAF": La expresión "CAF" ha sido empleada en diferentes sectores y contextos para identificar otras entidades y conceptos, tales como: Cámara de Agricultura Familiar, Cooperativa Andina de Fomento, entre otros. Por tanto, no puede pretenderse un monopolio sobre un acrónimo que carece de distintividad inherente, salvo que se demuestre su notoriedad, lo cual no se acredita en el expediente de oposición.*

• *Preexistencia*

La marca CIAF ya se encuentra registrada bajo el expediente SD2021/0105300 demuestra que la coexistencia es posible y ha sido admitida por la SIC. (...)”

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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,

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° SD2025/0034090

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

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	CAF (CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO)	CORPORACION ANDINA DE FOMENTO	10147278	9	41	Marca	Registrada	26 jul. 2031

Facultad oficiosa de la Administración

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que el siguiente registro marcario deberá ser tenido en cuenta para la adopción de la

•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° SD2025/0034090

decisión de fondo en el caso de la referencia.

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	IAF	INTERNATIONAL ACCREDITATION FORUM, INC.	16050279	10	41	Marca	Registrada	20 abr. 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
 (Mixta)	 (Mixta)

Antecedente
 (Mixta)

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

- “(i) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

“(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- *Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*

- *Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*

- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.⁴

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro”.⁵

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Análisis comparativo con marca opositora

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

⁵ Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

El signo solicitado **CIAF** es de naturaleza mixta y consta, en su elemento nominativo, de la expresión 'CIAF'; su elemento gráfico está dado por la forma especial de sus letras en color negro estilizado sobre un fondo blanco.

Por su parte, el signo opositor **CAF (CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO)** es de naturaleza mixta y consta, en su elemento nominativo, de la expresión 'CAF' -siglas- seguidas de las palabras que conforman el mentado acrónimo. Su elemento figurativo está dado por la forma especial de sus letras en trazos rectos y gruesos en colores azul y verde.

En primer lugar, se pone de presente que es el elemento nominativo incluido en ambos signos el preponderante en sus respectivos conjuntos; por ser los vocablos los usualmente empleados por las personas para referirse a los productos y servicios identificados por las marcas, teniendo mayor grado de recordación en la mente de los consumidores.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles (CIAF / CAF). En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente (o visualmente) similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente (C_AF), sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad; pues, la adición de la vocal 'I' no es óbice **suficiente** para indicar que se presenta distintividad extrínseca en el signo solicitado respecto del signo opositor.

En sentido concordante, los signos analizados son similarmente confundibles sonoramente, 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: CIAF / CAF. De esta forma, al analizar los signos previamente representados, el signo solicitado reproduce parcialmente el signo antecedente (C_AF) toda vez que hace uso de la misma combinación de fonemas, los cuales deben ser leídos letra a letra de manera independiente, sin que las diferencias adicionales sean un elemento suficiente para determinar que se trata de un signo sin relación con el signo antecedente.

Según las consideraciones antes expuestas, existen semejanzas ortográficas y fonéticas en las estructuras del signo solicitado y el signo antecedente, puesto que las letras que conforman ambos signos se repiten en el mismo orden. Por lo anterior, el consumidor al encontrarse frente al signo solicitado podrá considerar que se trata de una modificación del signo antecedente o de una nueva línea de productos.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Análisis comparativo oficioso con marca antecedente

El signo solicitado **CIAF** es de naturaleza mixta y consta, en su elemento nominativo, de la expresión 'CIAF'; su elemento gráfico está dado por la forma especial de sus letras en color negro estilizado sobre un fondo blanco.

Por su parte, el signo antecedente citado de manera oficiosa es de naturaleza mixta y consta, en su elemento nominativo de la partícula 'IAF'. Su elemento figurativo está dado por la forma especial de sus letras en color blanco sobre un fondo negro acompañado de la silueta de un globo terráqueo sin continentes con sus meridianos y paralelos.

En primer lugar, se pone de presente que es el elemento nominativo incluido en ambos signos el preponderante en sus respectivos conjuntos; por ser los vocablos los usualmente

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

empleados por las personas para referirse a los productos y servicios identificados por las marcas, teniendo mayor grado de recordación en la mente de los consumidores.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, dado que el signo solicitado en registro es muy similar en la conformación y reproduce totalmente a la marca previamente registrada, no solo por la disposición de las letras sino por su pronunciación, siendo CIAF similar a IAF.

La pronunciación y disposición de los vocablos haría que el consumidor fácilmente confunda la identidad de las marcas, sin que los elementos adicionales, como la inclusión de la letra inicial “C”, la expresión de uso común e inapropiable “EDUCACION SUPERIOR”, y el gráfico, en el signo solicitado en registro sean suficientes para evitar un riesgo de confusión o asociación con la marca previamente registrada.

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 servicios.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

41: Educación; educación y enseñanza; educación y formación; información sobre educación; servicios de educación académica; servicios de educación y formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; suministro de información sobre educación; servicios de educación e instrucción.

Los signos confrontados identifican:

Expedientes

Servicios

16050279

(41): Educación y formación impartida a los organismos de acreditación para armonizar y proporcionar medidas para la aplicación coherente de las actividades de evaluación de conformidad con estándares internacionales y para armonizar y proporcionar la coherencia de los estándares con el fin de beneficiar a la salud pública, la seguridad y el bienestar y facilitar el comercio internacional y nacional; organización y dirección de conferencias y grupos de trabajo especiales donde la información relativa a la acreditación pueda ser intercambiada y los criterios de las guías de consenso pueda ser establecida y administradas.

10147278

(41): Servicios de educación y enseñanza; actividades culturales; organización de talleres de formación. asociaciones públicas.

Análisis de Conexidad Competitiva entre Servicios de la Clase 41 (Solicitante) y Servicios de la Clase 41 (Opositor y Antecedente). Identidad.

Vistas las coberturas de los signos enfrentados, encuentra esta Dirección que el signo solicitado a registro en Clase 41 Internacional pretende amparar servicios tales como “[e]ducación; educación y enseñanza; educación y formación; información sobre

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

educación; servicios de educación académica; servicios de educación y formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; suministro de información sobre educación; servicios de educación e instrucción”.

Por su parte, el signo opositor identifica en la misma Clase 41 Internacional servicios de “*educación y enseñanza; actividades culturales; organización de talleres de formación. asociaciones públicas*”.

Igualmente, el signo antecedente citado de manera oficiosa ampara en su cobertura de la Clase 41 Internacional “[e]ducación y formación impartida a los organismos de acreditación para armonizar y proporcionar medidas para la aplicación coherente de las actividades de evaluación de conformidad con estándares internacionales y para armonizar y proporcionar la coherencia de los estándares con el fin de beneficiar a la salud pública, la seguridad y el bienestar y facilitar el comercio internacional y nacional; organización y dirección de conferencias y grupos de trabajo especiales donde la información relativa a la acreditación pueda ser intercambiada y los criterios de las guías de consenso pueda ser establecida y administradas”.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases 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, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional, solo que descritos con palabras diferentes, siendo unas coberturas más detalladas que otras, pero relacionando su actividad enteramente con la enseñanza y eventos con contenido educativo.

Así las cosas, considera esta Dirección que resulta innecesario adelantar un profundo análisis de conexidad competitiva, toda vez que se trata de los mismos servicios agrupados en la misma Clase del nomenclador internacional relacionados con la impartición de conocimiento (educación).

Independencia de las actuaciones

Finalmente y respecto al argumento del solicitante, por medio del cual trae a colación casos que, a su juicio, se encuadran en circunstancias similares relacionadas con la concesión de registros anteriores, es pertinente aclararle que la Administración toma sus decisiones de forma particular e independiente, de acuerdo con las circunstancias especiales de cada asunto y en cumplimiento de la normatividad vigente, hecho por el cual no es preciso remitirnos a tramites diferentes decididos con anterioridad para circunstancias, posiblemente, no análogas.

En efecto, el criterio esgrimido en un caso, no compromete u obliga a la oficina para pronunciarse siempre en el mismo sentido, sin que esto signifique inseguridad jurídica, existiendo la posibilidad de tomar una posición diferente en aras de interpretaciones más acordes con las normas aplicables.

Al respecto el Tribunal de Justicia ha sostenido lo siguiente: “*No es regla de aceptación marcaria que en base a signos ya registrados se pretenda objetar en algún momento, el poder discrecional pero no arbitrario de la administración, para aceptar o negar un nuevo signo como marca. Circunstancias distintas y diversas, originadas en los propios hechos, pueden influir o no para que la Oficina Nacional Competente, en un caso determinado,*

Ref. Expediente N° SD2025/0034090

*accepte la registrabilidad y en otro la rechace*⁶.

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.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la **CORPORACION ANDINA DE FOMENTO**.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **CIAF** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por la **CORPORACION INSTITUTO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a la **CORPORACION INSTITUTO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS**, solicitante del registro y a la **CORPORACION ANDINA DE FOMENTO** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de septiembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (23 de mayo de 1997). Marca RENTAR, 5-IP-97. Tomado de: <https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/5-IP-97.doc>.

⁷ 41: Educación; educación y enseñanza; educación y formación; información sobre educación; servicios de educación académica; servicios de educación y formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; suministro de información sobre educación; servicios de educación e instrucción.