

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 80264

Ref. Expediente N° SD2025/0027013

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 26 de marzo de 2025, cristian esneider rodriguez carvajal, solicitó el registro de la Marca KR Kris Rocafelar (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075, 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.

Concepto de la norma

¹ 41: Actuaciones musicales; actuaciones musicales en vivo; alquiler de grabaciones fonográficas y musicales; alquiler de grabaciones musicales; conciertos musicales en vivo; edición musical; entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo; facilitación de acceso a espectáculos de entretenimiento televisivos, musicales y de vídeo a través de un sitio web interactivo; facilitación de entretenimiento musical en vivo; presentación de actuaciones musicales; presentación de conciertos musicales; presentación de espectáculo musical; presentación de espectáculos musicales; presentación de espectáculos musicales en vivo; presentación de representaciones musicales; producción de grabaciones musicales; producción de grabaciones sonoras, musicales y de vídeo; producción musical; servicios de arreglos musicales; servicios de composición musical; servicios de edición musical; servicios de entretenimiento, a saber, representaciones musicales en vivo; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento musical en vivo; servicios de interpretación musical.

Ref. Expediente N° SD2025/0027013

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:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	Kris R	Kristian Rangel	SD2022/0108701	11	9, 25, 41	Marca	Registrada	15 nov 2033

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2025/0027013

El signo solicitado	La marca registrada
	Kris R

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográficamente similares, comoquiera que el signo solicitado contiene en su estructura el signo antecedente, sin que los demás elementos logren diferenciarle, lo que se aprecia al compararlos.

Kris R / KR KRIS ROCAFELER

Como se puede apreciar, el signo solicitud KR KRIS RICAHELER contiene el signo KRIS R compartiendo la expresión KRIS con letra K y una palabra acompañante que comienza con R, en este caso ROCAFELER, por lo que un consumidor podría asociar que en ambos casos se trata de un mismo origen empresarial siendo un signo la abreviatura del otro.

Respecto del elemento figurativo, si bien contiene una diseño el mismo no logra quebrantar la similitud existente dado que las letras KR se encuentran en primer plano y en gran tamaño,



Ref. Expediente N° SD2025/0027013

seguidas por las expresiones KRIS ROCAFELEL, por lo que el aspecto gráfico pasa a un segundo plano, generando una mayor distintividad respecto del elemento nominativo, mismo que es confundible 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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

41: Actuaciones musicales; actuaciones musicales en vivo; alquiler de grabaciones fonográficas y musicales; alquiler de grabaciones musicales; conciertos musicales en vivo; edición musical; entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo; facilitación de acceso a espectáculos de entretenimiento televisivos, musicales y de vídeo a través de un sitio web interactivo; facilitación de entretenimiento musical en vivo; presentación de actuaciones musicales; presentación de conciertos musicales; presentación de espectáculo musical; presentación de espectáculos musicales; presentación de espectáculos musicales en vivo; presentación de representaciones musicales; producción de grabaciones musicales; producción de grabaciones sonoras, musicales y de vídeo; producción musical; servicios de arreglos musicales; servicios de composición musical; servicios de edición musical; servicios de entretenimiento, a saber, representaciones musicales en vivo; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento musical en vivo; servicios de interpretación musical.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2022/0108701 clase 9: Casetes de vídeo con grabaciones musicales; cintas de audio con grabaciones musicales; cintas de audio musicales; cintas de vídeo con grabaciones musicales; contenidos digitales descargables en cuanto audios musicales; contenidos digitales descargables en cuanto videos musicales; contenidos mediáticos digitales descargables en cuanto audios musicales; contenidos mediáticos digitales descargables en cuanto los videos musicales; discos compactos con grabaciones musicales; discos compactos musicales; discos fonográficos con grabaciones musicales; discos ópticos con grabaciones musicales; grabaciones de audio musical; grabaciones de

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° SD2025/0027013

vídeo musicales descargables; grabaciones de vídeos musicales; grabaciones musicales; grabaciones musicales descargables; grabaciones musicales en forma de cintas; grabaciones musicales en forma de discos; videocasetes con grabaciones musicales; videocintas con grabaciones musicales.

Clase 25: Prendas de vestir*; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; vestuario; ropa exterior; ropa interior; calzado*.

Clase 41: Alquiler de discos acústicos o cintas magnéticas de audio grabadas; alquiler de discos compactos; alquiler de discos fonográficos; alquiler de grabaciones de audio; alquiler de grabaciones de vídeo; alquiler de grabaciones fonográficas; alquiler de grabaciones musicales; alquiler de grabaciones sonoras; edición de música; servicios de edición de música; edición musical; producción y edición musical; servicios de edición musical; servicios de edición de audio y video; servicios de edición de postproducción en los ámbitos musical, de vídeos y de películas; producción de canciones de películas cinematográficas; producción de conciertos musicales; producción de grabaciones sonoras, musicales y de vídeo; servicios de artistas del espectáculo; servicios de conciertos musicales; servicios de conciertos de música; servicios de entretenimiento; servicios de entretenimiento en cuanto actuaciones en directo de cantantes; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento musical en vivo; servicios de grabación musical; servicios de estudios de grabación musical; servicios de producción de vídeos musicales; servicios de redacción de letras de canciones; servicios de voz en off para grabaciones de audio y video con fines de entretenimiento; servicios recreativos, a saber, representaciones musicales en directo o grabaciones musicales; entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo; facilitación de acceso a espectáculos de entretenimiento televisivos, musicales y de vídeo a través de un sitio web interactivo; organización de espectáculos cinematográficos y musicales, acontecimientos culturales y deportivos, así como de espectáculos en vivo; organización de espectáculos cinematográficos, espectáculos musicales en directo y actos culturales y deportivos; organización de espectáculos; organización de espectáculos musicales; presentación de películas, espectáculos, obras de teatro y representaciones musicales; servicios de espectáculos teatrales, musicales, televisivos, radiofónicos y cinematográficos; servicios de formación y educación en materia de espectáculos teatrales, musicales, televisivos, radiofónicos y cinematográficos; servicios recreativos cinematográficos, musicales, deportivos, de vídeo y teatrales; producción de grabaciones de audio y vídeo; producción de grabaciones musicales; producción de grabaciones de sonido y música; producción y presentación de grabaciones de vídeo y de audio, así como de imágenes fijas y animadas; alquiler de instrumentos musicales; organización de espectáculos de entretenimiento; servicios de interpretación musical; entretenimiento; presentación de conciertos de música; presentación de espectáculos musicales en vivo; presentación de grabaciones de audio e imágenes.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de servicios relacionados con el ámbito musical ubicados en la misma clase 41 del nomenclador internacional.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0027013

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.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca KR Kris Rocafelar (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por cristian esneider rodriguez carvajal, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a cristian esneider rodriguez carvajal, 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 8 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **41:** Actuaciones musicales; actuaciones musicales en vivo; alquiler de grabaciones fonográficas y musicales; alquiler de grabaciones musicales; conciertos musicales en vivo; edición musical; entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo; facilitación de acceso a espectáculos de entretenimiento televisivos, musicales y de vídeo a través de un sitio web interactivo; facilitación de entretenimiento musical en vivo; presentación de actuaciones musicales; presentación de conciertos musicales; presentación de espectáculo musical; presentación de espectáculos musicales; presentación de espectáculos musicales en vivo; presentación de representaciones musicales; producción de grabaciones musicales; producción de grabaciones sonoras, musicales y de vídeo; producción musical; servicios de arreglos musicales; servicios de composición musical; servicios de edición musical; servicios de entretenimiento, a saber, representaciones musicales en vivo; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento musical en vivo; servicios de interpretación musical.