

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 81881

Ref. Expediente N° SD2025/0039660

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 30 de abril de 2025, KRISMARCE S.A.S., solicitó el registro de la Marca KM KRISMARCE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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,

¹ 18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; bolsos, mochilas.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0039660

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 marcas previamente registradas

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	K KRISMAR	VARIEDADES KRISMAR SAS	SD2019/0108038	11	3, 8, 21	Marca	Registrada	10 jul 2030
Mixta	VK Krismar	VARIEDADES KRISMAR SAS	15294129	10	3	Marca	Registrada	12 dic 2026
Mixta	KRISMAR	VARIEDADES KRISMAR SAS	15228073	10	35	Marca	Registrada	30 nov 2026

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0039660

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 

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

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado **KM KRISMARCE** reproduce parte relevante de los signos antecedentes **K KRISMAR**, sin que la inclusión de la M y la terminación CE sean un derrotero de diferenciación suficiente entre las maras en conflicto.

En cuanto al elemento figurativo, el mismo no logra diferenciar la marca solicitada de las previamente registradas por cuanto la distintividad del conjunto marcario solicitado se centra principalmente en la palabra en si misma dada la simpleza de los elementos gráficos incorporados.

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 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 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



Ref. Expediente N° SD2025/0039660

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; bolsos, mochilas.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2019/0108038 clase 3: Pestañas postizas, sticker decorativos para uñas, pegatinas decorativas para uñas, uñas postizas, adhesivos [pegamentos] para uso cosmético; cosméticos tales como cremas, leches, lociones, gel y polvos para la cara y las manos; preparaciones para el bronceado y cuidado de la piel por el sol (productos cosméticos); perfumes, agua de tocador; jabones de tocador; desodorantes para el cuerpo; preparaciones para maquillaje; champús; gels, cremas y bálsamos para el amoldamiento y para el cuidado del cabello, lacas para el cabello; preparaciones colorantes y decolorantes para el cabello; preparaciones para el ondulado y rizado permanente; aceites esenciales para uso personal.

Clase 8: Barberas, pinzas para cutícula, corta unas, pinzas para depilar, enchinadores de pestañas, sets para manicure y pedicure, limas para pedicure y manicure, guillotinas, tijeras, maquinas para cortar el cabello, aparatos de mano no eléctricos para rizar el cabello, maquinas de afeitar manuales y eléctricas, cuchillas de afeitar, navajas y navajas para afeitar, raspacallos manuales, cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas, herramientas de mano.

Clase 21: Brochas de afeitar, brocha para tintes, brocha para rubor, portabrochas de afeitar, aplicadores de sombras, cepillos para el cabello, peinetas, cepillos para cejas, materiales para cepillería de dientes, cepillos de dientes manuales y eléctricos, borlas para empolver, escobillas, esponjas de tocador, estuches para peines, jaboneras, neceseres de tocador, peines eléctricos, utensilios y recipientes para el menaje y la cocina.

Expediente 15294129 clase 3: Pestañas postizas, sticker decorativos para uñas, pegatinas decorativas para uñas, uñas postizas, adhesivos [pegamentos] para uso cosmético; cosméticos tales como cremas, leches, lociones, gel y polvos para la cara y las manos; preparaciones para el bronceado y cuidado de la piel por el sol (productos cosméticos); perfumes, agua de tocador; jabones de tocador; desodorantes para el cuerpo; preparaciones para maquillaje; champús; gels, cremas y bálsamos para el amoldamiento y para el cuidado del cabello, lacas para el cabello; preparaciones colorantes y decolorantes para el cabello; preparaciones para el ondulado y rizado permanente; aceites esenciales para uso personal.

(o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentrífico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0039660

Expediente 15228073 clase 35: Gestión de negocios comerciales en especial la compra, venta, comercialización distribución, importación y exportación artículos de belleza; preparaciones cosméticas, artículos para aplicar maquillaje, adhesivos para pestañas postizas, uñas postizas, pestañas postizas, sticker para uñas, bastoncillos de algodón para uso cosmético; máquinas de afeitar manuales y eléctricas, cuchillas de afeitar, navajas y navajas para afeitar, máquinas para cortar el cabello, tijeras, limas para pedicure y manicure, corta uñas, pinzas para cutícula, pinzas para depilar, enchinadores de pestañas, sets para manicure y pedicure, cuchillería, tenedores y cucharas, armas blancas; artículos de joyería, relojes; cosmetiqueros, espejos con soporte; peines para el cabello, cepillos para el cabello, cepillos para las cejas, cepillos de uñas, brochas de afeitar, estuches para peines, portabrochas de afeitar, neceseres para artículos de tocador, esponjas de aseo personal, escobillas de baño, aparatos para desmaquillar, esponjas exfoliantes para la piel; cabello postizo, extensiones para cabello, artículos de adorno para el cabello, cintas para el cabello, horquillas para el cabello, pinzas para el cabello, trenzas de cabello, redecillas para el cabello; artículos de cacharrería.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 18 y productos de las clases 3, 8 y 21.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los productos solicitados a registro en clase 18 internacionales, tales como: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; bolsos, mochilas usualmente son ofrecidos por el mismo empresario que goza de protección previa para productos cosméticos de la clase 3, barberas y maquinas de afeitar de la clase 8 y brochas, cepillos y estuches de la clase 21, esto por estar comprendidos dentro de un mismo portafolio del cuidado y la belleza, determinando así la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 18 y servicios de la clase 35.

Vista la cobertura de los signos enfrentados, logra vislumbrarse que entre éstas existe una conexión estrecha y directa, al tratarse de una comparativa entre productos para cargar elementos como los bolsos, las mochilas o cosmetiqueras de la clase 18 y servicios de compraventa de estas mismas de la clase 35 internacional, siendo productos y servicios que necesariamente requieren del otro para su correcto funcionamiento o simplemente para mejorar la finalidad de los mismos.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca KM KRISMARCE (Mixta) para

Resolución N° 81881

Ref. Expediente N° SD2025/0039660

distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por KRISMARCE S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a KRISMARCE S.A.S., 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 10 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; bolsos, mochilas.