

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 95148

Ref. Expediente N° SD2025/0027644

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 28 de marzo de 2025, GRUPO ISKOLA S.A.S, solicitó el registro de la Marca **ISKOLA** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 16, 25 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1077, 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

¹16: Libros, libros conmemorativos; libros de actividades; libros de actividades con pegatinas; libros de cómics; libros de cuentos; libros de cuentos para niños; libros de cumpleaños; libros para colorear; libros para dibujar; libros para regalo; libros; libros de actividades; libros de consulta; libros de cuentas; libros de guía; libros de información; libros de referencia; libros infantiles; libros educativos; libros ilustrados; libros para colorear; libros para niños.

25: Ropa, ropa deportiva; calzado, calzado deportivo; ropa interior; calcetines.

41: Actividades y asesoría encaminadas a la formación de personas y comunidades, en el campo profesional, espiritual, artístico, humanitario, productivo y ético; educación, asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en educación y formación]; campamentos de verano [entretenimiento y educación]; actividades relacionadas con la educación, formación relacionada con las aptitudes laborales; capacitación; facilitación de instalaciones para educación; facilitación de instalaciones para formación de capacitación de empleo; formación en el ámbito de; la capacitación; actividades recreativas, deportivas y culturales.

Ref. Expediente N° SD2025/0027644

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 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	SA SCOLA ACADEMIA	VS+M ABOGADOS SAS	SD2018/0092987	11	9, 16, 41	Marca	Registrada	02/06/2030
Mixta	SA SCOLA ABOGADOS	VS+M ABOGADOS SAS	SD2018/0092986	11	9, 16, 41, 45	Marca	Registrada	28/05/2030
Mixta	ISKO	SANKO TEKSTIL ISLETMELERI SANAYI VE TICARET ANONIM SIRKETI	09084110	9	25	Marca	Registrada	18/02/2030
Mixta	Skola	UNIVERSAL PAPELERA DISTRIBUCIONES SAS	SD2017/0064011	11	16, 35	Marca	Registrada	13/06/2028

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° SD2025/0027644

Mixta	ISKO FUTURE FACE	SANKO TEKSTIL ISLETMELERI SANAYI VE TICARET ANONIM SIRKETI	11024041	9	25	Marca	Registrada	28.07.2031
Mixta	ISKO POP	SANKO TEKSTIL ISLETMELERI SANAYI VE TICARET ANONIM SIRKETI	11024039	9	25	Marca	Registrada	28.07.2031

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	     

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:



Ref. Expediente N° SD2025/0027644

“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

ISKOLA / ISKO

En este caso, examinados los signos en su conjunto, se advierte una clara similitud ortográfica al compartir de forma coincidente la raíz **“ISKO”**, que constituye el núcleo denominativo dominante en ambos signos (**“IS-KO-LA”** / **“IS-KO”**). Esta secuencia de consonantes y vocales aparece en idéntico orden y posición inicial, proyectando una estructura ortográfica asociativa que impide al consumidor individualizar con claridad las denominaciones enfrentadas.

Adicionalmente, desde el plano fonético, ambos signos comparten la misma base sonora /**is.ko**/, que concentra la acentuación y determina el ritmo de pronunciación. La terminación **“-LA”** del signo solicitado no altera la sonoridad predominante ni desplaza la fuerza auditiva del elemento común **“ISKO”**, por lo que el consumidor podría percibir ambos signos como variantes de una misma marca.

ISKOLA / SKOLA

Concretamente en este caso, al analizar los signos en su conjunto, se evidencia una marcada similitud ortográfica al compartir de forma casi íntegra la secuencia **“SKOLA”**, que constituye el núcleo denominativo común y dominante en ambos signos (**“ISKOLA”** / **“SKOLA”**). La adición de la vocal inicial **“I”** en el solicitado no altera la estructura coincidente, proyectando una apariencia ortográfica asociativa que impide al consumidor individualizarlos con claridad.

Conforme a lo anterior, desde el plano fonético, ambos signos reproducen prácticamente la misma secuencia sonora /**s.ko.la**/, con idéntica acentuación y estructura silábica. La vocal inicial /**i**/ en **“ISKOLA”** se articula como sonido débil y marginal en el inicio, sin modificar la sonoridad predominante del elemento común **“SKOLA”**, lo que conduce al consumidor a percibir ambos signos como variantes de un mismo grupo empresarial.

ISKOLA / SA SCOLA ACADEMIA / SA SCOLA ABOGADOS

De esta relación de signos, en primer lugar se encuentra una coincidencia ortográfica relevante entre **“ISKOLA”** y **“SA SCOLA ACADEMIA / SA SCOLA ABOGADOS”**, al compartir de manera similar el elemento **“SCOLA”**, que constituye el núcleo denominativo común y dominante dentro de cada conjunto. Este vocablo se presenta con similar secuencia de letras **ISKOLA / SCOLA**, similar extensión y estructura silábica coincidente,

Ref. Expediente N° SD2025/0027644

proyectando una apariencia ortográfica asociativa que induciría al consumidor medio a no individualizar con claridad los signos.

En segundo lugar, las similitudes señaladas se ven reforzadas desde el plano fonético, debido a que los signos comparten la misma base sonora /'sko.la/ correspondiente al término "SCOLA", que concentra la acentuación y domina la percepción auditiva en los signos comparados. La presencia de partículas accesorias como "IS-" en "ISKOLA" o "SA" en "SA SCOLA" no altera la similitud fonética principal del elemento común, lo que genera una sonoridad semejante y facilita que el consumidor perciba los signos como variantes relacionadas entre sí.

ISKOLA / ISKO POP / ISKO FUTURE FACE

Examinados en conjunto se observa, que el signo solicitado **ISKOLA** y los antecedentes **ISKO POP** y **ISKO FUTURE FACE** presentan una coincidencia sustancial en la raíz denominativa **ISKO**, que constituye el núcleo de mayor fuerza distintiva y recordación en todos los conjuntos. Esta secuencia aparece reproducida con la misma estructura ortográfica I-S-K-O, en igual orden de vocales I-O, y una construcción silábica estable IS-KO, lo que proyecta una apariencia ortográfica uniforme y altamente asociativa.

De igual modo, el segmento común se pronuncia de forma idéntica /'is.ko/, manteniendo la misma acentuación, ritmo prosódico y fonemas dominantes, generando una sonoridad homogénea que absorbe cualquier término adicional. Esta similitud ortográfica y auditiva en la raíz "ISKO" impide al consumidor individualizar con claridad los signos confrontados, llevándolo a percibirlos como extensiones o variantes de una misma línea marcaria, sin que la adición de la sílaba "LA" resulte sustancial para neutralizar la similitud correspondiente.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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° SD2025/0027644

Clase 16: Libros, libros conmemorativos; libros de actividades; libros de actividades con pegatinas; libros de cómics; libros de cuentos; libros de cuentos para niños; libros de cumpleaños; libros para colorear; libros para dibujar; libros para regalo; libros; libros de actividades; libros de consulta; libros de cuentas; libros de guía; libros de información; libros de referencia; libros infantiles; libros educativos; libros ilustrados; libros para colorear; libros para niños.

Clase 25: Ropa, ropa deportiva; calzado, calzado deportivo; ropa interior; calcetines.

Clase 41: Actividades y asesoría encaminadas a la formación de personas y comunidades, en el campo profesional, espiritual, artístico, humanitario, productivo y ético; educación, asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en educación y formación]; campamentos de verano [entretenimiento y educación]; actividades relacionadas con la educación, formación relacionada con las aptitudes laborales; capacitación; facilitación de instalaciones para educación; facilitación de instalaciones para formación de capacitación de empleo; formación en el ámbito de; la capacitación; actividades recreativas, deportivas y culturales.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2018/0092987 clase 16: Publicaciones impresas en el campo del derecho, a saber, boletines informativos de contenido jurídico; artículos y notas de prensa de contenido jurídico en los diferentes ámbitos del derecho; publicaciones jurídicas; libros de derecho; revistas de contenido jurídico.

Clase 41: Organización y celebración de conferencias, convenciones, exposiciones educativas, clases, charlas, seminarios y talleres, en las diversas ramas del derecho, promover y gestionar la realización de estudios en el país o en el exterior, tendientes a buscar mayores y mejores oportunidades de formación y capacitación técnica del recurso humano de la firma, y aumentar los niveles de competitividad.

Expediente SD2018/0092986 clase 16: Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas y material de dibujo; pinceles; material de instrucción y material didáctico; hojas, películas y bolsas de materias plásticas para embalar y empaquetar; caracteres de imprenta, clichés de imprenta.

Clase 41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Expediente 09084110 clase 25: vestuario, en particular, pantalones, chaquetas, gabardinas, abrigos, faldas, vestidos, jerseys, chalecos, camisas, camisetas, camisetas de sudaderas, vestidos, bermudas, shorts, pijamas, puloveres, jeans, vestidos para práctica atlética, ropa impermeable, ropa para la playa, vestidos de baño, vestidos para nadar; artículos de vestuario hechos de denim de algodón, artículos de vestuario hechos de telas de punto, vestuario para deportes, vestuario para bebés; vestuario interior, en particular, bóxeres, sostenes, calzoncillos, sudaderas, medias; calzado, en particular, zapatos (excluyendo zapatos ortopédicos), sandalias, botas a prueba de agua, botas para caminar, botines, zapatos deportivos, pantuflas; partes de zapatos, en particular, piezas para talón, suelas para calzado, palas para calzado; sombrerería, en particular cachuchas, cachuchas para el cráneo, cachuchas deportivas, sombreros, boinas; guantes, calcetines, cinturones, camisolas, sarongs, bufandas, bufandas para el cuello, chales, cuellos postizos, tapabocas, corbatas para el cuello, corbatas, cinturones suspensorios.

Ref. Expediente N° SD2025/0027644

Expediente SD2017/0064011 clase 16: Artículos de papelería; artículos de papelería para la oficina; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; material escolar.

Clase 35: Comercialización de productos.

Expediente 11024039 clase 25: vestuario, calzado, sombrerería.

Expediente 11024041 clase 25: vestuario, calzado, sombrerería.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 16 y los bienes de la clase 16 de los antecedentes SD2018/0092987, SD2018/0092986, SD2017/0064011 (principio de razonabilidad)

Entre los productos de la clase 16 del signo solicitado, consistentes en libros de diversos tipos (infantiles, educativos, de actividades, ilustrados, de cuentos y de consulta), y los amparados por los signos previamente registrados en la misma clase, se configura una conexidad competitiva por razonabilidad, en la medida en que todos ellos pertenecen al mismo sector editorial y gráfico, y se comercializan a través de canales de comercialización comunes como librerías, papelerías, editoriales, tiendas escolares y plataformas de comercio electrónico. En el mercado editorial es usual que un mismo agente económico ofrezca tanto libros de diferentes contenidos (literarios, educativos, técnicos o especializados) como artículos de papelería, material escolar e impresos, reuniendo estas líneas bajo una misma marca o línea comercial. Por tanto, el consumidor puede razonablemente asumir que los productos comparados provienen del mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, lo que incrementa el riesgo de asociación.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 25 y los bienes de la clase 25 del antecedente SD2017/0064011, 11024039, 1102404. (Identidad)

Al analizar las coberturas de la clase 25 del signo solicitado, que incluyen ropa, ropa deportiva, calzado, calzado deportivo, ropa interior y calcetines, con las del antecedente identificado con el expediente **09084110**, se evidencia **identidad** entre los productos enfrentados. Ambos distinguen artículos de vestuario y calzado tales como ropa exterior e interior, prendas deportivas, camisetas, pantalones, chaquetas, vestidos, ropa de playa, ropa de baño y así como calzado. También se observa identidad entre los productos calzados del solicitado y los antecedentes **11024039** y **1102404**. Estos productos comparten la misma naturaleza, finalidad de uso personal y canales de comercialización, por lo que se desenvuelven en el mismo sector económico de la moda y vestuario, siendo habitual que provengan de un mismo origen empresarial.

Adicionalmente desde la perspectiva de la conexidad competitiva por razonabilidad, se advierte que los productos que pretende distinguir el signo solicitado como ropa, ropa deportiva, calzado, calzado deportivo, ropa interior y calcetines, guardan una relación directa con los bienes amparados por los signos antecedentes, consistentes en vestuario, calzado y sombrerería. En el mercado es usual que un mismo proveedor elabore y comercialice tanto prendas de vestir generales como ropa interior, calcetería y líneas deportivas, integrando todo este portafolio dentro de las mismas tiendas de moda, comercios especializados y plataformas de comercio electrónico. Esta coincidencia en la naturaleza de los productos, sus usos, los canales de comercialización y la expectativa razonable del consumidor respecto de su procedencia empresarial, permite concluir que el público puede asociarlos como provenientes del mismo origen empresarial, configurándose así conexidad competitiva por razonabilidad.

Ref. Expediente N° SD2025/0027644

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 elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del Nomenclador Internacional.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 16, 25 y los servicios de la clase 35 del antecedente 09084110 (principio de razonabilidad)

Entre los productos de las clases 16 y 25 del signo solicitado y los servicios de comercialización de productos amparados por el antecedente **SD2017/0064011** en la clase 35, se configura una conexidad competitiva por razonabilidad. En la práctica del mercado, es usual que empresas dedicadas a la comercialización y venta de productos ofrezcan una amplia variedad de bienes, incluyendo artículos editoriales como libros y material impreso, así como prendas de vestir, calzado y accesorios. Dichos productos se comercializan a través de canales comunes como tiendas físicas, plataformas de comercio electrónico, cadenas de comercialización y almacenes por departamentos. Esto genera en el consumidor una expectativa razonable de vinculación empresarial, al considerar que los productos enfrentados pueden provenir de una misma fuente empresarial o económica, especialmente tratándose de empresas con portafolios amplios de comercialización.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 41 y los servicios de la clase 41 de los antecedentes SD2018/0092987, SD2018/0092986 (principio de razonabilidad)

Entre los servicios de la **clase 41** del signo solicitado y los amparados por los antecedentes **SD2018/0092987** y **SD2018/0092986**, se configura una **conexidad competitiva por razonabilidad**, toda vez que todos se desarrollan en el ámbito de la educación, la capacitación y la formación profesional. En efecto, tanto los servicios solicitados orientados a formación académica, profesional y humana, asesoría educativa, actividades recreativas y culturales, como los servicios del antecedente, que incluyen educación, formación, realización de talleres, seminarios, conferencias y actividades culturales, comparten finalidad pedagógica, se dirigen al mismo público interesado en procesos de aprendizaje o actualización profesional, y se ofrecen a través de canales coincidentes como instituciones educativas, centros de formación, plataformas académicas y entidades de capacitación. Por ello, el consumidor puede razonablemente asumir que provienen del mismo origen empresarial o de empresas vinculadas dentro del sector educativo, lo que configura una relación de conexidad competitiva.

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,

Ref. Expediente N° SD2025/0027644

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **ISKOLA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 16 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por GRUPO ISKOLA S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca **ISKOLA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por GRUPO ISKOLA S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca **ISKOLA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por GRUPO ISKOLA S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a GRUPO ISKOLA S.A.S, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 19 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **16:** Libros, libros conmemorativos; libros de actividades; libros de actividades con pegatinas; libros de cómics; libros de cuentos; libros de cuentos para niños; libros de cumpleaños; libros para colorear; libros para dibujar; libros para regalo; libros; libros de actividades; libros de consulta; libros de cuentas; libros de guía; libros de información; libros de referencia; libros infantiles; libros educativos; libros ilustrados; libros para colorear; libros para niños.

⁶ **25:** Ropa, ropa deportiva; calzado, calzado deportivo; ropa interior; calcetines.

⁷ **41:** Actividades y asesoría encaminadas a la formación de personas y comunidades, en el campo profesional, espiritual, artístico, humanitario, productivo y ético; educación, asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en educación y formación]; campamentos de verano [entretenimiento y educación]; actividades relacionadas con la educación, formación relacionada con las aptitudes laborales; capacitación; facilitación de instalaciones para educación; facilitación de instalaciones para formación de capacitación de empleo; formación en el ámbito de; la capacitación; actividades recreativas, deportivas y culturales.