

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 102268

Ref. Expediente N° SD2025/0055094

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 12 de junio de 2025, Maria Jose Mesa Vega, solicitó el registro de la Marca KRSL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1072, 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

¹ 14: Anillos [joyas]; bolsas en tela para joyas; cadenas para joyas; collares de cadena [joyas]; collares de joyas; dijes de metales preciosos [joyas]; joyas; joyas con bordados en metales preciosos; joyas con bordados en oro; joyas con bordados en plata; joyas con diamantes; joyas de piedras preciosas y semipreciosas; joyas de oro; joyas personalizadas; joyas preciosas; piedras preciosas [joyas]; aretes; dijes para pulseras; pulseras [artículos de joyería y de bisutería].

Ref. Expediente N° SD2025/0055094

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	Vigencia
Mixta	KRS	NICOLLE SUBLIINKTEX SAS	SD2022/0099230	11	25, 35	Marca	19 jul. 2033
Mixta	K KRS	NICOLLE SUBLIINKTEX SAS	SD2022/0030259	11	3, 9, 14, 18, 35, 40	Marca	22 ago. 2032
Mixta	K KRS	NICOLLE SUBLIINKTEX SAS	SD2021/0010511	11	25	Marca	24 ago. 2031

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° SD2025/0055094

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marcas registradas
	

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, con respecto a la comparación entre marcas mixtas, 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

Desde el punto de vista ortográfico, los signos comparten las letras iniciales K-R-S en idéntica secuencia, siendo este tramo ortográfico el que domina la impresión de conjunto. El signo antecedente agrega una letra final L, pero dicha adición no altera de manera sustancial la percepción inicial del consumidor, quien al enfrentarse sucesivamente a ambas denominaciones privilegiará el segmento coincidente. De acuerdo con las reglas marcarias aplicables, la coincidencia en el inicio de los signos y la estructura alfabética predominante genera una fuerte cercanía visual, suficiente para afectar la capacidad del consumidor de asociar correctamente el origen empresarial de los productos.

En cuanto al análisis fonético, ambos signos reproducen de manera idéntica los fonemas iniciales /k/ /er/ /es/, que son los que mayor carga perceptiva tienen en la pronunciación. La marca antecedente incorpora un fonema adicional /el/ al final, pero esta adición se percibe como un cierre menos relevante frente al núcleo fonético coincidente. Esta semejanza sonora resulta particularmente riesgosa en contextos de comercialización donde la denominación se comunica oralmente o en interacciones rápidas, propiciando un riesgo de confusión directa o, al menos, un riesgo de asociación indebida.



Ref. Expediente N° SD2025/0055094

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 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 productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

14: Anillos [joyas]; bolsas en tela para joyas; cadenas para joyas; collares de cadena [joyas]; collares de joyas; dijes de metales preciosos [joyas]; joyas; joyas con bordados en metales preciosos; joyas con bordados en oro; joyas con bordados en plata; joyas con diamantes; joyas de piedras preciosas y semipreciosas; joyas de oro; joyas personalizadas; joyas preciosas; piedras preciosas [joyas]; aretes; dijes para pulseras; pulseras [artículos de joyería y de bisutería].

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente No. SD2022/0099230.

25: Ropa de cuero de imitación; ropa de cuero o de cuero de imitación; ropa de cuero sintético; ropa de deporte; ropa de dormir de bebé; ropa de dormir de señora; ropa de embarazadas; ropa de esquí; ropa de etiqueta; ropa de gimnasia; ropa de hombre; ropa de mujer; ropa de niña; ropa de niño; ropa de tenis; ropa de trabajo; ropa de triatlón; ropa especial para el deporte; vestidos de baño.

35: Servicios de comercialización en plataformas digitales y en puntos de ventas físicos bien sea propios o de terceros; servicios de agencias de importación-exportación en el ámbito de la confección, servicios de tiendas mayoristas, servicios de venta al por menor, servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de todo tipo de ropa de cuero de imitación; ropa de cuero o de cuero de imitación; ropa de cuero sintético; ropa de deporte; ropa de dormir de bebé; ropa de dormir de señora; ropa de embarazadas; ropa de esquí; ropa de etiqueta; ropa de gimnasia; ropa de hombre; ropa de mujer; ropa de niña; ropa de niño; ropa de tenis; ropa de trabajo; ropa de triatlón; ropa especial para el deporte; vestidos de baño; asistencia para la dirección empresarial de franquicias; gestión comercial en relación con franquicias; asesoramiento sobre el funcionamiento de franquicias; marketing en línea; publicidad en línea; servicios de venta mayorista en línea; servicios de venta minorista en línea; servicios de publicidad y marketing en línea;

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° SD2025/0055094

servicios de venta minorista por catálogos de venta por correspondencia; Servicios de alquiler de puestos de venta; optimización de motores de búsqueda con fines de promoción de venta, presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta minorista; servicios de modelos para publicidad o promoción de ventas; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de productos y servicios; optimización del tráfico en sitios web; suministro de información comercial por sitios web.

Expediente No. SD2022/0030259.

3: Aerosoles perfumados para la ropa, agentes de aclarado para lavar la ropa, suavizantes para la ropa, agentes de enjuague para lavar la ropa, aguas perfumadas para la ropa, productos de glaseado para lavar la ropa, productos para poner la ropa en remojo, colorantes para lavar y blanquear la ropa, toallitas atrapacolor para la ropa, limpiadores con pulverizador para refrescar protectores bucales para deportes, productos de limpieza en aerosoles para refrescar, protectores bucales para deportes, productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar.

9: Gafas de sol; cadenas para gafas y gafas de sol; estuches para gafas y gafas de sol; monturas de gafas y gafas de sol; almohadillas nasales para gafas de sol; estuches diseñados para gafas de sol; gafas de sol graduadas; estuches para gafas de sol y gafas de protección; lentes de gafas de sol con clips magnéticos; cristales ópticos para gafas de sol; gafas de deporte, ropa y calzado de protección, anteojos de deporte, silbatos de deporte, anteojos de protección de deporte, cascos protectores para deportes, gafas graduadas de deporte, gafas para entrenamiento deportivo, pistolas de radar para actividades deportivas, protectores bucales para deportes, simuladores de entrenamiento deportivo, protectores de cabeza para deportes, almohadillas para oído especialmente adaptadas para cascos deportivos de protección, ropa de protección contra accidentes, ropa antibalas, ropa con LED incorporado para la prevención de accidentes, ropa aislante de protección contra accidentes y lesiones, ropa de protección contra los accidentes, las radiaciones y el fuego, ropas de protección de trabajo para la protección contra los accidentes o las lesiones, ropa térmica especialmente diseñada para la protección contra los accidentes, las lesiones, las radiaciones y el fuego, ropa y guantes de soldadura para la protección contra accidentes o lesiones, así como protectores de cabeza, contra accidentes, simuladores electrónicos de entrenamiento deportivo [aparatos de instrucción hechos de hardware y software de ordenador], impresoras de sublimación de tinta, ordenadores y periféricos de ordenador; trajes de buceo, máscaras de buceo, tapones auditivos para buceo, pinzas nasales para submarinistas y nadadores, guantes de buceo, aparatos de respiración para la natación subacuática; extintores.

14: Productos de cuentas para confeccionar joyas, piedras de imitación para la confección de artículos de joyería, etiquetas de metales preciosos para coser en la ropa, dispositivos para cronometraje deportivos [cronómetros manuales], aparatos de cronometraje deportivos [cronómetros manuales], aparatos para cronometrar competiciones deportivas, relojes para uso deportivo, relojes para el deporte, relojes de deporte, metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos.

18: Productos como bolsones para ropa de deporte, mochilas y bolsos para ropa de deporte, bolsos y bolsas para ropa deportiva, etiquetas de cuero para coser en la ropa, fundas de viaje para ropa, bolsas y bolsos de deporte, mochilas de deporte, bolsas y bolsos deportivos multiusos, bolsos y bolsones para indumentaria deportiva, morrales de caza deportiva; cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y

Ref. Expediente N° SD2025/0055094

bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería.

35: Servicios de comercialización en plataformas digitales y en puntos de ventas físicos bien sea propios o de terceros; servicios de agencias de importación-exportación en el ámbito de la confección, servicios de tiendas mayoristas, servicios de venta al por menor, servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de todo tipo de ropa de cuero de imitación; ropa de cuero o de cuero de imitación; ropa de cuero sintético; ropa de deporte; ropa de dormir de bebé; ropa de dormir de señora; ropa de embarazadas; ropa de esquí; ropa de etiqueta; ropa de gimnasia; ropa de hombre; ropa de mujer; ropa de niña; ropa de niño; ropa de tenis; ropa de trabajo; ropa de triatlón; ropa especial para el deporte; vestidos de baño; asistencia para la dirección empresarial de franquicias; gestión comercial en relación con franquicias; asesoramiento sobre el funcionamiento de franquicias; marketing en línea; publicidad en línea; servicios de venta mayorista en línea; servicios de venta minorista en línea; servicios de publicidad y marketing en línea; servicios de venta minorista por catálogos de venta por correspondencia; Servicios de alquiler de puestos de venta; optimización de motores de búsqueda con fines de promoción de venta, presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta minorista; servicios de modelos para publicidad o promoción de ventas; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de productos y servicios; optimización del tráfico en sitios web; suministro de información comercial por sitios web.

40: Servicios de confección de ropa, confección de pieles a medida, confección de prendas de vestir, trabajos de costura y confección de prendas de vestir, retoques de ropa por encargo, arreglo de prendas de vestir, blanqueado de prendas de vestir, encogido de prendas de vestir, ignifugación de prendas de vestir, impermeabilización de prendas de vestir, impresión por encargo de prendas de vestir, inscripción de monogramas en prendas de vestir, planchado permanente de prendas de vestir, preencogido de prendas de vestir, reciclaje de prendas de vestir, servicios de blanqueado de prendas de vestir, servicios de impermeabilización de prendas de vestir, teñido de prendas de vestir, tratamiento antipolillas de prendas de vestir, aplicación de apliques a prendas de vestir, aplicación de productos de acabado en prendas de vestir, tratamiento preventivo antimoho de prendas de vestir, tratamiento y transformación de prendas de vestir con fines de reciclaje, suministro de información sobre el tratamiento o la transformación de telas, prendas de vestir y pieles, tratamiento o transformación de telas, prendas de vestir y pieles, tratamiento o transformación de telas, prendas de vestir y pieles, así como suministro de información al respecto, reciclaje de prendas de vestir para obtener materiales que permitan fabricar fibras sintéticas, impresión por encargo de prendas de vestir con diseños decorativos, arreglo de prendas de vestir [fabricación por encargo], tratamiento antimicrobiano de prendas de vestir, blanqueo de prendas de vestir, impresión por encargo de uniformes de deporte.

Expediente No. SD2021/0010511.

25: Ropa de cuero de imitación; ropa de cuero o de cuero de imitación; ropa de cuero sintético; ropa de deporte; ropa de dormir de bebé; ropa de dormir de señora; ropa de embarazadas; ropa de esquí; ropa de etiqueta; ropa de gimnasia; ropa de hombre; ropa de mujer; ropa de niña; ropa de niño; ropa de tenis; ropa de trabajo; ropa de triatlón; ropa especial para el deporte; vestidos de baño.

Ref. Expediente N° SD2025/0055094

Conexidad, en virtud de la identidad, entre los productos de la clase 14 objeto de comparación.

Esta Dirección encuentra que existe identidad entre los productos que el signo objeto de registro pretende identificar y los que la marca previamente registrada ya reivindica. En ese sentido, no deviene necesario realizar un examen de conexidad competitiva entre las coberturas relacionadas por ambos signos, pues el riesgo de confusión se desprende de la identidad que existe entre los productos comparados. En este caso, ambos signos incluyen dentro de su cobertura la joyería y sus productos relacionados de la clase 14.

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 KRSL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase (s) 14 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Maria Jose Mesa Vega, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Maria Jose Mesa Vega, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 4 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA

⁵ 14: Anillos [joyas]; bolsas en tela para joyas; cadenas para joyas; collares de cadena [joyas]; collares de joyas; dijes de metales preciosos [joyas]; joyas; joyas con bordados en metales preciosos; joyas con bordados en oro; joyas con bordados en plata; joyas con diamantes; joyas de piedras preciosas y semipreciosas; joyas de oro; joyas personalizadas; joyas preciosas; piedras preciosas [joyas]; aretes; dijes para pulseras; pulseras [artículos de joyería y de bisutería].

Ref. Expediente N° SD2025/0055094

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

