

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 440

Ref. Expediente N° SD2025/0087243

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 29 de agosto de 2025, **THE MUSAS S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **CANTORY BABY & KIDS** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 24, 25 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, 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

¹ 24: Mantas para niños; toallas para niños; ropa de baño.

25: Artículos de sombrerería para niños; camisas para niños; pantalones para niños; pijamas para niños; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería para bebés y niños pequeños; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas inferiores para niños; ropa de niño; ropa exterior de niño; ropa exterior para niños; ropa para bebés; calzado de niños; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

35: Servicios de comercialización; servicios de comercialización de productos; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta mayorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta mayorista y minorista de prendas de vestir, zapatos, artículos de sombrerería; servicios de venta mayorista de prendas de vestir.

Ref. Expediente N° SD2025/0087243

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
Mixta	KINTORY LO HACEMOS CON MANOS COLOMBIANAS	MARIA VALENTINA QUINTERO MORA	SD2022/0034625	11	25	Marca	Registrada	20/10/2032

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° SD2025/0087243

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

En lo que comprende con la comparación entre marcas mixtas 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”.

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

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 **CANTORY BABY & KIDS** reproduce la parte relevante del signo antecedente **KINTORY LO HACEMOS CON MANOS COLOMBIANAS**, sin que los elementos adicionales permitan su plena diferenciación.

Del examen comparativo entre el signo solicitado **“CANTORY BABY & KIDS”** y el signo previamente registrado **“KINTORY LO HACEMOS CON MANOS COLOMBIANAS”**, se



Ref. Expediente N° SD2025/0087243

observa que ambos comparten parcialmente el elemento nominativo predominante de los conjuntos, constituido por los vocablos “**CANTORY**” y “**KINTORY**”, los cuales presentan una marcada semejanza fonética y ortográfica, derivada de su idéntica terminación “-TORY” y de una composición silábica equivalente, lo que genera una pronunciación cercana y fácilmente confundible en el consumidor medio.

Desde el punto de vista fonético, las diferencias iniciales entre las letras “C” y “K” no resultan suficientes para desvirtuar la similitud existente, toda vez que ambas grafías producen un sonido equivalente, lo que conduce a un impacto sonoro prácticamente idéntico de los signos al ser pronunciados.

Respecto de los elementos adicionales presentes en el signo solicitado, tales como las expresiones “BABY & KIDS”, estas resultan meramente descriptivas del público objetivo de los productos o servicios que se pretende distinguir, por lo cual poseen una capacidad distintiva limitada y no son suficientes para reducir la similitud generada por el elemento denominativo principal “CANTORY”.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

24: Mantas para niños; toallas para niños; ropa de baño.

25: Artículos de sombrerería para niños; camisas para niños; pantalones para niños; pijamas para niños; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería para bebés y niños pequeños; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas inferiores para niños; ropa de niño; ropa exterior de niño; ropa exterior para niños; ropa para bebés; calzado de niños; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

35: Servicios de comercialización; servicios de comercialización de productos; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta mayorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta mayorista y minorista de prendas de vestir, zapatos, artículos de sombrerería; servicios de venta mayorista de prendas de vestir.

El signo previamente registrado identifica:

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° SD2025/0087243

Expediente	Servicios
SD2022/0034625	(25): Prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; bailarinas [calzados]; calzado de agua; calzado de etiqueta; calzado de lona; calzado de madera; calzado de playa; calzado de recreo; calzado de trabajo; calzado deportivo; calzado excepto calzado ortopédico; calzado informal; calzado para adultos; calzado para bebés; calzado para caballeros; calzado para correr; calzado para niños; calzado para niños pequeños; calzado para señora; calzado para señoras y caballeros; calzado*; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para la intemperie; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para niños pequeños; prendas de vestir para seres humanos.

Frente a la Clase 25:

Identidad: Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos y servicios que, en una misma clase se pueden encontrar 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 de los productos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos (identidad), los cuales versan sobre **prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería** en la Clase 25, lo que conlleva a que compartan naturaleza y destinación.

En este contexto entre los productos antes descritos, no es necesario acudir a los criterios de conexión competitiva de productos y servicios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, toda vez que más allá de cualquier similitud, los productos son **idénticos**.

Frente a la Clase 24 y 35

Criterio de razonabilidad (posibilidad razonable de provenir del mismo empresario).

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la **razonabilidad** entre los productos.

Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) *puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial*”.

Los productos comprendidos en la clase 24, tales como mantas para niños, toallas para niños y ropa de baño, se encuentran directamente vinculados con el sector textil y de confecciones, el cual coincide con el ámbito de las prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería protegidos por el registro antecedente en la clase 25, toda vez que se trata de bienes destinados al uso personal, orientados al mismo público consumidor, en particular niños y familias, y que suelen ser ofrecidos de manera conjunta en los mismos canales de comercialización.

Ref. Expediente N° SD2025/0087243

Así mismo, los servicios de la clase 35 solicitados, consistentes en servicios de comercialización y de venta mayorista y minorista de prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería, presentan una relación directa, inmediata y necesaria con los productos amparados por el registro previo, en la medida en que dichos servicios tienen como finalidad precisamente la promoción, distribución y venta de las mercancías protegidas en la clase 25.

En este sentido, la jurisprudencia administrativa de esta Entidad ha sido consistente en señalar que los servicios de comercialización en la clase 35 guardan una conexión competitiva evidente con los productos que constituyen su objeto, por cuanto pueden ser prestados por un mismo empresario, utilizar los mismos canales de distribución, dirigirse al mismo segmento del mercado y satisfacer una misma necesidad del consumidor.

Por lo tanto, dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

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 **CANTORY BABY & KIDS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 24 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por **THE MUSAS S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca **CANTORY BABY & KIDS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por **THE MUSAS S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁵ 24: Mantas para niños; toallas para niños; ropa de baño.

⁶ 25: Artículos de sombrerería para niños; camisas para niños; pantalones para niños; pijamas para niños; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería para bebés y niños pequeños; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas inferiores para niños; ropa de niño; ropa exterior de niño; ropa exterior para niños; ropa para bebés; calzado de niños; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

⁷ 35: Servicios de comercialización; servicios de comercialización de productos; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta mayorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta mayorista y minorista de prendas de vestir, zapatos, artículos de sombrerería; servicios de venta mayorista de prendas de vestir.



Resolución N° 440

Ref. Expediente N° SD2025/0087243

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a THE MUSAS 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 2 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS