

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 1068

Ref. Expediente N° SD2025/0053053

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 4 de junio de 2025, la señora Doris Eugenia Londoño Londoño, solicitó el registro de la Marca L83 (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1071, 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**

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 tercero<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

<sup>2</sup> •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° SD2025/0053053

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 registrada<sup>3</sup>.

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   |
|------------|-------|------------------------|------------|------|-------|---------|------------|------------|
| Nominativa | L8R   | JANSPORT APPAREL CORP. | 10059815   | 9    | 18    | Marca   | Registrada | 21/12/2030 |
| Mixta      | L8R   | JANSPORT APPAREL CORP. | 10059804   | 9    | 18    | Marca   | Registrada | 25/01/2031 |

•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. (...).”.

<sup>3</sup> 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° SD2025/0053053

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                               | Las marcas registradas                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <div><p>L8R</p></div> |

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado sobre las marcas mixtas 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”.*

Por otra parte, en el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado sobre el análisis entre signos denominativos y mixtos que:

*“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más*



Ref. Expediente N° SD2025/0053053

*importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.*

### Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, pues al apreciar en conjunto el signo solicitado L83 y las marcas registradas L8R se observan que son ortográfica y fonéticamente similares de la siguiente manera:

Desde el punto de vista ortográfico, los signos L83 y L8R presentan un alto grado de similitud visual, pues ambos se estructuran a partir de la letra inicial “L” seguida del numeral “8”, ocupando idéntica longitud y disposición gráfica. La única diferencia radica en el último carácter —el número “3” frente a la letra “R”—, variación que resulta menor dentro del conjunto denominativo, especialmente considerando que ambos signos combinan letras y números en una secuencia breve, lo que refuerza la impresión de semejanza global para el consumidor medio.

En el plano fonético, la confundibilidad es igualmente relevante, ya que ambos signos tienden a ser pronunciados mediante una lectura alfanumérica similar: “ele ocho tres” y “ele ocho erre”. En ambos casos se conserva una identidad sonora clara en los dos primeros elementos (“ele ocho”), que constituyen el núcleo dominante de la expresión verbal, mientras que la diferencia final presenta una escasa capacidad distintiva en la percepción auditiva ordinaria. En consecuencia, la coincidencia en estructura fonética y ritmo de pronunciación genera una impresión sonora próxima, susceptible de inducir al consumidor a error o asociación respecto del origen empresarial de los signos.

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 servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**Clase 25:** Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Los signos previamente registrados identifican:

**Expediente 10059815 Clase 18:** bolsas de deporte multiuso, maletines, mochilas, bolsos para libros, maletines, equipaje de mano; manicarteras, estuches para cosméticos (se venden vacías), morrales, bolsa de tela gruesa, bolsas de cintura, porta trajes, bolsos de mano; estuches para llaves, mochilas, valijas, bolsos de malla para las compras, bolsos para mensajero, billeteras de bolsillo; monederos; mochilas, bolsos escolares; bolsas de zapatos para viaje, bolsas de cabestrillo, bolsas de deporte, bolsas para traje; maletas, bolsas de tela para compras, bolsas de tocador( se venden vacía, estuches de tocador(se venden vacío, bolsos multiusos, bolsos de viaje , estuches de belleza (se venden vacíos) riñoneras, billeteras, bolsas con ruedas; bolsos de tela gruesa con ruedas.

<sup>4</sup> Ibidem, p, 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0053053

**Expediente 10059804 Clase 18:** bolsas de deporte multiuso, maletines, mochilas, bolsos para libros, maletines, equipaje de mano; manicarteras, bolsas para cosméticos (se venden vacías) morrales, bolsa de tela gruesa, bolsas de cintura, porta trajes, bolsos de mano; estuches para llaves, mochilas, valijas, bolsos de malla para las compras, bolsos para mensajero, billeteras de bolsillo; monederos; mochilas, bolsos escolares; bolsas de zapatos para viaje, bolsas de cabestrillo, bolsas de deporte, bolsas para traje; maletas, bolsas de tela para compras, bolsas de tocador e venden vacías) estuches de tocador (se venden vacíos) bolsos multiusos, bolsos de viaje; estuches para viaje; estuches de belleza (se venden vacíos) riñoneras, billeteras, bolsas con ruedas; bolsos de tela gruesa con ruedas.

### **Conexión competitiva entre los productos de la clase 25 y los productos de la clase 18 internacional (Razonabilidad)**

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando, atendiendo a la realidad del mercado, el consumidor puede considerar plausible que los productos provienen del mismo empresario. Bajo este parámetro, se advierte una relación entre los productos del signo solicitado en la clase 25 *Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería* y los productos identificados por las marcas registradas en la clase 18 *manicarteras; bolsas para cosméticos; riñoneras, billeteras; billeteras de bolsillo; monederos; mochilas*.

En efecto, en la práctica comercial, las prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería y los productos citados en la clase 18 forman parte del universo de accesorios de moda y suelen comercializarse en los mismos canales de distribución, tales como tiendas de moda, almacenes y plataformas de comercio electrónico especializadas en vestuario y accesorios. Asimismo, es habitual que empresas que ofrecen prendas de vestir y calzado amplíen su portafolio hacia mochilas y otros complementos, diseñados bajo criterios de estilo, coherencia estética e identidad marcaria común.

En este contexto, resulta razonable que el consumidor asuma que las prendas de vestir, calzado o artículos de sombrerería del signo solicitado puedan proceder del mismo empresario que ofrece productos de la clase 18 centrados en *manicarteras; bolsas para cosméticos; riñoneras, billeteras; billeteras de bolsillo; monederos; mochilas* al percibirlos como productos complementarios dentro de una oferta integral de moda y estilo personal. Esta percepción conjunta configura una conexión competitiva por razonabilidad entre los productos de las clases 25 y 18 de los signos cotejados.

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,

Resolución N° 1068

Ref. Expediente N° SD2025/0053053

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca L83 (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por la señora Doris Eugenia Londoño Londoño, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar de esta resolución a la señora Doris Eugenia Londoño Londoño, 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 5 de enero de 2026



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

<sup>5</sup> 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

