

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3212

Ref. Expediente N° SD2025/0061845

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 25 de junio de 2025, Kontroll Colombia SAS, solicitó el registro de la Marca Kila (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9, 35 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1078, 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 **9:** Software de empresa; software de gestión de cadenas de suministro, logística y almacenamiento; software de optimización; aplicaciones móviles descargables de inteligencia artificial y de aprendizaje automático para la logística de entrega de vehículos con el fin de gestionar los itinerarios de viaje.

35: Consultoría empresarial; consultoría en comercio internacional; consultoría de negocios en gestión empresarial; asesoramiento y consultoría en negocios; servicios de consultoría de empresas en materia de logística; servicios de consultoría en comercio internacional.

42: Consultoría sobre software; consultoría tecnológica; diseño y desarrollo de software logístico; diseño y desarrollo de software logístico, de gestión de cadenas de suministro y de portales de negocios electrónicos; control a distancia de sistemas informáticos; diseño y desarrollo de software de control de procesos; diseño, desarrollo, mantenimiento y actualización de software de control de procesos.

Ref. Expediente N° SD2025/0061845

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	AQUILA Radiology Imaging Software	IMAGING EXPERTS AND HEALTHCARE SERVICES S A S IMEXHS S.A.S.	SD2020/0029009	11	9, 42	Marca	Registrada	9 de octubre de 2030
Mixta	AKILA	AKILA S.A.S.	13281651	10	35	Marca	Registrada	10 de julio de 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2025/0061845

El signo solicitado	La marca registrada
	 

Jurisprudencia

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

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

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”.



Ref. Expediente N° SD2025/0061845

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas.

Así, esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica, visual y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante de los signos antecedentes, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad. Así:

Se evidencia que KILA en su elemento figurativo y denominativo en conjunto referencia a AKILA, en cuenta de esto frente a los signos registrados AKILA y AQUILA RADIOLOGY IMAGING SOFTWARE se evidencia que el elemento en común, principal y distintivo es KILA / AKILA / AQUILA.

En virtud de lo anterior, se evidencia que el signo solicitado KILA comparte con la marca registrada AKILA una estructura ortográfica casi idéntica, conformada por la secuencia K–I–L–A, de modo que la supresión de la letra inicial “A” no resulta suficiente para dotarlo de distintividad ni para eliminar el riesgo de confusión. Ambos signos coinciden en la misma base consonántico-vocálica, presentan una extensión muy similar (cuatro y cinco letras, respectivamente) y conservan una configuración visual y silábica análoga, generando una pronunciación KI-LA frente a A-KI-LA de sonoridad casi equivalente.

Aun cuando ambos signos son mixtos, el componente denominativo prevalece en la percepción del consumidor. Además, el elemento figurativo incorporado en el signo solicitado no atenúa la semejanza, sino que, por el contrario, puede asemejar la letra “A” y “K”, reforzando la percepción de que el conjunto gráfico constituye una variación estilizada de “AKILA”. En consecuencia, el signo KILA proyecta una impresión de conjunto capaz de inducir al público a asociarlo erróneamente con la marca registrada, configurándose así un alto riesgo de confundibilidad respecto del origen empresarial de los productos o servicios que amparan.

En otro lado entre KILA y AQUILA ambos signos comparten la secuencia final “QUILA / KILA”, que constituye el elemento de mayor recordación, presentando además una estructura silábica y fonética muy próxima (A-QUI-LA / KI-LA) y una configuración ortográfica semejante, diferencias que no alcanzan a neutralizar la similitud perceptiva del conjunto. Conforme al principio de apreciación integral, el consumidor tiende a retener una imagen global e imperfecta de los signos, privilegiando los elementos dominantes, lo que en este caso podría llevarlo a asociar erróneamente KILA con AQUILA. Además, el elemento figurativo incorporado en el signo solicitado no atenúa la semejanza, sino que, por el contrario, puede asemejar la letra “A” y “K”, reforzando la percepción de que el conjunto gráfico constituye una variación estilizada de “AQUILA” presumiendo un mismo origen empresarial o una relación económica entre ambos.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0061845

conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

9: Software de empresa; software de gestión de cadenas de suministro, logística y almacenamiento; software de optimización; aplicaciones móviles descargables de inteligencia artificial y de aprendizaje automático para la logística de entrega de vehículos con el fin de gestionar los itinerarios de viaje.

35: Consultoría empresarial; consultoría en comercio internacional; consultoría de negocios en gestión empresarial; asesoramiento y consultoría en negocios; servicios de consultoría de empresas en materia de logística; servicios de consultoría en comercio internacional.

42: Consultoría sobre software; consultoría tecnológica; diseño y desarrollo de software logístico; diseño y desarrollo de software logístico, de gestión de cadenas de suministro y de portales de negocios electrónicos; control a distancia de sistemas informáticos; diseño y desarrollo de software de control de procesos; diseño, desarrollo, mantenimiento y actualización de software de control de procesos.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2020/0029009 clase 9: Software o programas informáticos bien sean descargables, grabados localmente en los ordenadores o diseñados para ser ejecutados y usados directamente en la red global (internet); destinados al procesamiento, almacenamiento, organización, administración, desarrollo, visualización y manejo de información. incluyendo pero no limitándose a sistemas de archivo y comunicación de imágenes diagnósticas, así como al procesamiento y transmisión de información de telemedicina y teleradiología.

Clase 42: Servicios de instalación, mantenimiento, alquiler, actualización, consultoría, suministro, administración, desarrollo y diseño de: software o programas informáticos bajo cualquier figura jurídica y de administración de la información asociada a ellos, así como de equipos de cómputo y accesorios relacionados con servicios de internet como monitores, servidores web, discos duros, impresoras, entre otros, investigación científica con fines médicos.

Expediente 13281651 clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

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° SD2025/0061845

Conexidad competitiva entre productos de la misma clase 9 internacional Niza

Se advierte que el signo solicitado pretende amparar frente al signo registrado SD2020/0029009, software destinado al procesamiento, almacenamiento, administración, desarrollo, visualización y manejo de información, incluyendo, pero no limitándose a sistemas de archivo y comunicación de imágenes diagnósticas, su redacción no restringe su alcance al ámbito médico o radiológico, por lo que comprende de manera amplia programas informáticos de gestión y tratamiento de datos en diversos sectores.

En esa medida, tanto el software descrito en el signo solicitado como aquel registrado referido a la gestión empresarial, logística, optimización y aprendizaje automático comparten una naturaleza y función coincidentes, en cuanto constituyen herramientas tecnológicas de procesamiento, administración y análisis de información digital.

Dicha coincidencia funcional revela una convergencia tecnológica, ya que ambos productos pertenecen al mismo campo del desarrollo informático y pueden ser ofrecidos por empresas de software o tecnología de la información que diversifican sus soluciones hacia distintos sectores (médico, logístico, industrial, corporativo, etc.).

Adicionalmente, estos productos pueden compartir canales de comercialización como plataformas digitales y dirigirse a un público profesional o empresarial especializado que identifica los programas informáticos como bienes del mismo sector tecnológico.

Por tanto, existe conexidad competitiva por identidad entre los productos descritos, dado que ambos corresponden a programas informáticos de gestión y tratamiento de información, con una naturaleza tecnológica común, canales de comercialización semejantes y usuarios especializados coincidentes. En esa medida, resulta razonable para el consumidor presumir un mismo origen empresarial en el mercado de soluciones digitales, toda vez que las tecnologías desarrolladas por un mismo proveedor pueden adaptarse o replicarse en distintos sectores de aplicación.

Conexidad competitiva entre servicios de la misma clase 42 internacional Niza

Se observa que el signo solicitado pretende amparar frente al signo registrado SD2020/0029009 servicios que se enmarcan en el campo de la consultoría, diseño, desarrollo, mantenimiento y actualización de software y soluciones tecnológicas, compartiendo una naturaleza y finalidad coincidente, así como canales de comercialización y usuarios especializados comunes. En esa medida, resulta razonable que el consumidor asocie un mismo origen empresarial dentro del mercado de servicios informáticos y tecnológicos, dado que las empresas del sector suelen diversificar su oferta hacia distintos ámbitos de aplicación del software.

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 servicios de la misma clase 35 internacional Niza

El signo solicitado ampara servicios de consultoría y asesoramiento empresarial, incluyendo entre estos la gestión de negocios, comercio internacional y logística, mientras que el signo registrado con expediente 13281651 protege servicios de publicidad, administración

Resolución N° 3212

Ref. Expediente N° SD2025/0061845

comercial, gestión de negocios y trabajos de oficina. Desde el punto de vista funcional, la consultoría tiene un carácter analítico y estratégico, mientras que la gestión implica la ejecución o administración de las decisiones o procesos empresariales. Desde la óptica de la razonabilidad para el consumidor ambos servicios se perciben como parte de un mismo campo de apoyo corporativo, lo que genera razonabilidad de asociación pues quien presta consultoría también puede ofrecer gestión, pues ambas actividades suelen prestarse de manera conjunta o integrada por las mismas firmas de asesoría, logística o administración. En ese sentido, el consumidor no distingue una separación tajante entre analizar y ejecutar estrategias de negocio, por lo que es natural que los asocie a un mismo origen empresarial.

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 Kila (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Kontroll Colombia SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Kila (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Kontroll Colombia SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca Kila (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por Kontroll Colombia SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a Kontroll Colombia SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella

⁵ 9: Software de empresa; software de gestión de cadenas de suministro, logística y almacenamiento; software de optimización; aplicaciones móviles descargables de inteligencia artificial y de aprendizaje automático para la logística de entrega de vehículos con el fin de gestionar los itinerarios de viaje.

⁶ 35: Consultoría empresarial; consultoría en comercio internacional; consultoría de negocios en gestión empresarial; asesoramiento y consultoría en negocios; servicios de consultoría de empresas en materia de logística; servicios de consultoría en comercio internacional.

⁷ 42: Consultoría sobre software; consultoría tecnológica; diseño y desarrollo de software logístico; diseño y desarrollo de software logístico, de gestión de cadenas de suministro y de portales de negocios electrónicos; control a distancia de sistemas informáticos; diseño y desarrollo de software de control de procesos; diseño, desarrollo, mantenimiento y actualización de software de control de procesos.



Resolución N° 3212

Ref. Expediente N° SD2025/0061845

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 16 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS