

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3276

Ref. Expediente N° SD2025/0095291

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 17 de septiembre de 2025, MARTA EUGENIA ZAPATA BAENA, solicitó el registro de la Marca USKO MEN COLLECTION (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, 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 tercero²,

¹ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0095291

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
Nominativa	USCO	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA	SD2016/0033898	10	9, 16, 18, 21, 25, 41, 42	Marca	Registrada	23 ago. 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

•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

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° SD2025/0095291

El signo solicitado	La marca registrada
	USCO

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado 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 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 USKO MEN COLLECTION y USCO son similarmente confundibles.

En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográficamente similares toda vez que tanto la marca solicitada como el antecedente traído a colación integran dentro de su conjunto las siguientes vocales y consonantes, a saber: “U-S-O” bajo el mismo orden y disposición, iniciando y terminando con la misma vocal (U-O). Sumado a lo anterior, desde el campo fonético, al pronunciar los vocablos USKO/USCO de manera sucesiva no simultánea generan un impacto sonoro idéntico, toda vez que la dicción entre las sílabas US y KO/CO es el mismo, hecho que acrecienta el riesgo de confusión a tal punto que las marcas no pueden coexistir pacíficamente sin generar riesgo de confusión.

Finalmente, si bien la marca solicitada integra dentro de su conjunto las expresiones MEN y COLLECTION estas son explicativas para la clase solicitada, pro ende, son de libre uso



Ref. Expediente N° SD2025/0095291

en el comercio y el arte aportado no dota de la distintividad suficiente al signo para apartarlo del riesgo de confusión denotado en el párrafo anterior, pues dadas la similitudes indicadas es posible que el consumidor interprete que se encuentra ante la variación de un signo que ya conoce, hecho que no obedece a la realidad.

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:

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

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Producto y servicios
------------	----------------------

SD2016/0033898	Clase 9: instrumentos de medición; instrumentos de nivelación; instrumentos de observación; instrumentos matemáticos; instrumentos meteorológicos; aparatos e instrumentos de astronomía; aparatos e instrumentos de física; aparatos e instrumentos de pesaje; aparatos e instrumentos de química; aparatos e instrumentos geodésicos; aparatos e instrumentos náuticos; aparatos e instrumentos ópticos; cámaras fotográficas; visores fotográficos; trípodes para cámaras fotográficas; cámaras cinematográficas; dispositivos de montaje cinematográfico; paneles de señalización luminosos o mecánicos; señales luminosas o mecánicas; aparatos eléctricos de control; aparatos de control remoto; aparatos y dispositivos de salvamento; aparatos de enseñanza; conducciones eléctricas; cajas de distribución [electricidad]; consolas de distribución [electricidad]; transformadores eléctricos; aparatos eléctricos de regulación; condensadores eléctricos; aparatos eléctricos de vigilancia; tableros de control [electricidad]; aparatos de grabación de sonido; aparatos de transmisión de sonido; aparatos de reproducción de sonido; grabadoras de vídeo; receptores [audio y vídeo]; soportes magnéticos de datos; discos acústicos; discos ópticos; discos magnéticos; reproductores de dvd; soportes ópticos de datos; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras; máquinas de calcular; aparatos de procesamiento de datos; computadoras; ordenadores; software [programas grabados]; extintores.
-----------------------	---

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° SD2025/0095291

Clase 16: papel; papel de calco; papel de aluminio; papel de madera; papel de plata; papel higiénico; papel pergamino; servilletas de papel; cartón; artículos de cartón; material de encuadernación; fotografías [impresas]; artículos de papelería; productos de imprenta; adhesivos [artículos de papelería]; cintas adhesivas de papelería o para uso doméstico; brochas para pintores; paletas de pintor; rodillos para pintores de obra; dibujos; material de dibujo; lienzos para pintar; pinceles; brochas [pinceles]; máquinas de escribir eléctricas o no; artículos de oficina, excepto muebles; material de instrucción, excepto aparatos; libros; material didáctico, excepto aparatos; revistas [publicaciones periódicas]; papel de embalaje; bolsas [envolturas, bolsitas] de papel o materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta..

Clase 18: pieles de animales; adornos de cuero para muebles; armazones de bolsos; baúles [equipaje]; billeteras; bolsas de viaje; bolsas [envolturas, bolsitas] de cuero para embalar; bolsitos y bolsos de mano; bridones; cajas de cuero o cartón cuero; canguros portabebés; carteras [bolsos de mano]; carteras de bolsillo; carteras escolares; collares para animales; cuero artificial; cuero de imitación; cuero en bruto o semielaborado; estuches para artículos de tocador; estuches para llaves; gamuzas que no sean para limpiar; hilos de cuero; maletas; monederos; paraguas; portadocumentos; valijas; valijas de mano.

Clase 21: utensilios para uso doméstico; utensilios de cocina; utensilios cosméticos; utensilios de tocador; recipientes para uso doméstico o culinario; peines; esponjas para uso doméstico; cepillos; cepillos de dientes eléctricos; materiales para fabricar cepillos; instrumentos de limpieza accionados manualmente; trapos de limpieza; lana de acero para limpiar; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería; artículos de porcelana; artículos de loza; servicios de mesa [vajilla].

Clase 25: prendas de vestir; calzado; artículos de sombrerería; abrigos; botas; botines; calcetines; calzado de deporte; calzoncillos; camisas; camisetas de deporte; camisetas [de manga corta]; capuchas; chalecos; chaquetas; chales; cinturones [prendas de vestir]; corbatas; delantales [prendas de vestir]; fajas [ropa interior]; faldas; gorros; guantes [prendas de vestir]; medias; pantalones; pijamas; ropa de cuero; ropa de cuero de imitación; ropa interior; sandalias; sostenes; suéteres; trajes; vestidos.

Clase 41: educación; guarderías [educación]; academias [educación]; formación práctica [demostración]; coaching [formación]; orientación profesional [asesoramiento en educación o formación]; servicios de entretenimiento; servicios de clubes [educación o entretenimiento]; organización de competiciones deportivas; clubes deportivos [entrenamiento y mantenimiento físico]; alquiler de equipos deportivos, excepto vehículos; organización de exposiciones con fines culturales o educativos; explotación de instalaciones deportivas; explotación de instalaciones recreativas; fotografía; organización de concursos [actividades educativas o recreativas]; organización de espectáculos [servicios de empresarios]; organización de fiestas y recepciones; organización y dirección de conciertos; organización y dirección de conferencias; organización y dirección de congresos; producción de espectáculos; representaciones teatrales.

Clase 42: servicios de laboratorios científicos; investigación científica; consultoría en tecnologías de la información; suministro de información en materia de tecnología informática y programación a través de sitios web; diseño industrial; diseño de software; consultoría en diseño de sitios web; diseño de artes gráficas; diseño de sistemas informáticos; consultoría en diseño y desarrollo de computadoras; análisis químico; análisis de sistemas informáticos; investigación biológica; investigación técnica; recuperación de datos informáticos; servicios informáticos en la nube; alojamiento de

Ref. Expediente N° SD2025/0095291

servidores; alquiler de ordenadores; alquiler de software; arquitectura; ingeniería; programación de ordenadores.

Conexión competitiva entre productos de la clase 25 internacional. Identidad

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe conexión competitiva por identidad, en la medida en que ambos identifican productos relacionados con la vestimenta, ello quiere decir que comparten naturaleza y destinación relacionada con mejorar la presentación de los consumidores, así mismo, es habitual que los bienes en mención compartan iguales canales de comercialización bajo precios y ofertas similares, por ende, es dado pensar que las marcas objeto de cotejo marcario pueden llegar a generar riesgo de confusión y/o asociación en los consumidores quienes, al ver las similitudes fonéticas y ortográficas, sumado a la de cobertura de los signos crean erróneamente que pertenecen a la línea de bienes de un mismo empresario.

Conexidad entre los productos de la clase 25 internacional y los productos de la clase 18 internacional. Criterio de Razonabilidad

Existe conexión competitiva entre los productos en mención tomando en cuenta que son usado de manera conjunta entre sí, en primera medida encontramos vestimenta (CI 25), que habitualmente es acompañada con accesorios como bolsos, mochilas, entre otros (CI 18), por ende, es común encontrar que quien fabrica prendas de vestir a su vez ofrezca productos del mismo campo, en el presente caso relacionado con la moda, hecho que puede generar riesgo de confusión en los consumidores quienes de manera razonable pueden interpretar que posee un mismo origen empresarial.

Así mismo, cabe indicar que los bienes antes mencionados comparten los mismos lugares de aprovisionamiento, normalmente se ponen al alcance de los consumidores en las mismas secciones o en estantes contiguos, de allí a que haya conexidad competitiva por principio de razonabilidad⁵, pues es razonable que, dadas las similitudes denotas en el acápite análisis comparativo, el consumidor promedio les endilgue un mismo origen, lo que es contrario a la realidad conforme se analiza en el presente caso.

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 USKO MEN COLLECTION (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por MARTA EUGENIA ZAPATA BAENA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a MARTA EUGENIA ZAPATA BAENA, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles

⁵ COMUNIDAD ANDINA - CAN. TRIBUNAL DE JUSTICIA ANDINA. 100IP. Interpretación Prejudicial. Principio de Razonabilidad: Existe conexidad competitiva por principio de razonabilidad, cuando el consumidor, tomando en cuenta la realidad del mercado "(...) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial. Así, en determinados mercados quien fabrica cerveza, también expende agua embotellada. Signos Involucrados LA MINA STEAK & LOBSTER (mixto) / CAFÉ LA MINA (mixto). Magistrada Ponente: Dra. Cecilia Luisa Ayllón Quinteros. Quito, Ecuador, 14 de junio de 2018.

⁶ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Resolución N° 3276

Ref. Expediente N° SD2025/0095291

siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: 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