

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3812

Ref. Expediente N° SD2025/0035546

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 16 de abril de 2025, la señora **VERONICA RESTREPO GOMEZ**, solicitó el registro de la Marca **KROW IND.** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 18, 25 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 28 de abril de 2025, la sociedad **PREMIUM FILTERS S.A.S** presentó oposición con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“Los servicios para los cuales se solicitó el registro de la marca KROW IND. (mixta) son complementarios a los productos para los cuales se otorgó el registro de la marca CROWN (mixta) de mi mandante, por lo que necesariamente comparten el mismo mercado objetivo, usan los mismos canales de comercialización, usan los mismos 4 medios publicitarios, son de uso complementario, y por ende, pueden generar confusión entre los consumidores.

(...) por tratarse de servicios y productos relacionados, existe una relación estrecha e inseparable desde el punto de vista de la relación competitiva o la conexidad entre los productos, tal y como se argumentará en este escrito más adelante.

En cuanto a la identidad formal de los signos, establecida en la primera parte del artículo transcrito, en el caso concreto esta es incuestionable, pues el signo solicitado: KROW IND reproduce la marca registrada: CROWN, la diferencia que pretende la marca solicitada al añadir la expresión: “IND”, no alcanza a hacer distintivos los signos confrontados, y no individualiza la marca solicitada con la marca registrada; por el contrario, puede llegar a constituir un fuerte riesgo de asociación y confusión frente al consumidor, pues cualquier persona que desee adquirir un servicio de comercialización, al encontrarse en el mercado un producto: CROWN, y otro: KROW IND, con las mismas finalidades, sin lugar a dudas, inferirá que la marca solicitada es una variación de la marca registrada, y que su origen es del mismo empresario, creyendo que es una nueva línea de servicios que está ingresando al mercado, colocando a mi mandante en una posición de riesgo, y al consumidor en una duda frente a la adquisición de las prestaciones mercantiles.

Las marcas enfrentadas tienen alta similitud fonética que puede llevar a confusión, teniendo en cuenta que la marca registrada se encuentra contenida en el signo solicitado. Incluir la expresión: “IND” al final de la denominación de la marca solicitada y reemplazar la letra: “C” por la “K”, como incluir la consonante: “N”, no tiene mayor relevancia, pues no genera diferencia sustancial con la marca de mi mandante, pues

¹ 18: Bolsos en tela, bolsos tejidos a mano; bolsos artesanales, carteras; carteras de bolsillo; carteras porta documentos; billeteras; monederos; mochilas; mochilas colegiales; correas de cuero; estuches de viaje; estuches para llaves; maletas; maletines; maletines para documentos; baúles.

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

35: Compra, venta, importación, exportación, comercialización Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; ventas por internet.

Ref. Expediente N° SD2025/0035546

su sonoridad recae en la raíz: "CROW", así pues, al existir dos signos casi idénticos, para servicios y productos relacionados, indiscutiblemente puede llevar a la confusión del consumidor.

Además, es evidente que la modificación realizada en la marca solicitada, no resulta en una diferencia fonética apreciable que logre la distinción de los signos enfrentados, habida cuenta de su identidad evocativa. Es importante recalcar, que, tanto en la doctrina, como en la jurisprudencia, la similitud general entre dos marcas no depende de los elementos distintos que aparezcan en ellas, sino de los elementos semejantes o de la semejante disposición de estos elementos. (...)

Se evidencia en este caso, que ambas marcas se pronuncian de manera casi idéntica, pues respecto a su identidad auditiva, es innegable el riesgo al cual se puede llevar a un consumidor a error y hacerlo pensar equivocadamente que se trata de un mismo origen empresarial del servicio o producto que se relaciona, pues al no tener ninguna variación sustancial en su forma de presentación el signo solicitado, se concluye que ambos son reproducidos de manera idéntica.

La identidad de la raíz: CROWN, hace que necesariamente compartan las mismas características fonéticas y gramaticales, y que en lo relacionado con estos aspectos no se identifique ninguna diferencia significativa que permita pensar que los signos pudieran coexistir pacíficamente.

Todo lo anterior propugna por la identidad formal de los signos, lo que encaja en la primera parte del tipo jurídico debatido, ya que el signo solicitado: "KROW" es casi idéntico a la marca registrada y vigente: CROWN, y generaría confusión (...)

En este aspecto, es propio señalar que, pese a la naturaleza mixta de ambas marcas, su elemento de mayor recordación es el denominativo, lo que hace que no se puedan diferenciar, es decir, en la mente del consumidor se percibe de manera altamente similar, lo que agrega un elemento más que lleva a este a inferir que está en presencia de la marca ya conocida o que se trata de una variación de la marca de mi mandante o mínimamente, que existe un vínculo económico y/o empresarial entre sus titulares.

En el presente caso se tiene que el elemento denominativo de los signos enfrentados es el preponderante en su conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas las que se usarían para pedir los productos protegidos con estos signos, el elemento denominativo es el que tiene un grado de recordación más alto en la mente de consumidor y puede ser asociado a los productos o servicios que identifica, en mayor medida que el elemento gráfico.

Como se puede observar, además de que el signo solicitado se encuentra contenido en su mayor parte en la marca registrada (CROWN), los gráficos son sustancialmente similares, lo que genera mayor confusión en el mercado. Nótese como la marca solicitada utiliza un tipo de letra similar que la marca de mi mandante y encima de la letra: "I" de cada expresión se incluye la figura de una hoja o de una planta, generando así una percepción igual.

La marca solicitada KROW IND, pretende distinguir los siguientes productos: Clase 35: Compra, venta, importación, exportación, comercialización Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; ventas por internet. Por su parte, la marca registrada CROWN reivindica los siguientes productos: Clase 4: lubricantes, grasas industriales, aceites para motores.

Los servicios que ampara la marca solicitada como los productos de la marca opositora son confundibles en el mercado, además de encontrarse en clases conexas del nomenclador internacional de Niza, se puede observar que la finalidad de ambos signos es complementaria y que son intercambiables (...)

Es evidente que los productos y servicios en disputa están estrechamente

Ref. Expediente N° SD2025/0035546

relacionados. Los servicios que pretende registrar el solicitante están incluidos en los productos de la marca opositora, esto es, la compra, venta, importación, exportación, comercialización y gestión de negocios comerciales, los cuales guardan una conexión total con los productos de la clase 4. Se trata, por lo tanto, de la comercialización de productos que incluyen los registrados, lo que lógicamente inducirá a confusión (...)

Como consecuencia de lo expuesto, un consumidor común podría equivocarse respecto a la procedencia de los productos identificados con las marcas. Indudablemente, existe un riesgo sustancial de asociación con la marca que sirve como base para la oposición. Los consumidores dentro del sector relevante podrían llegar a creer que tanto los productos que identifica el signo opositor, como la comercialización de los productos de la marca solicitada, provienen de la misma fuente empresarial o tienen su origen en empresas vinculadas jurídica o económicamente, lo cual no se ajusta a la realidad.

La confusión generada por el hecho de la similitud de los productos y servicios, complementa la originada por la identidad de los signos anotada anteriormente, estas dos circunstancias hacen irregistrable el signo solicitado, y en el caso hipotético de que su Despacho otorgue el registro, ocasionaría un grave perjuicio a mi mandante, el cual tiene una serie de derechos adquiridos, que su Despacho está en obligación de proteger, pues a todas luces, los signos confrontados son similares al grado de confusión; y la marca solicitada pretende amparar servicios relacionados a los productos del signo registrado.”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, la señora **VERONICA RESTREPO GOMEZ**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Con relación al punto 3.3. Es cierto, el signo solicitado a registro presenta similitud con la marca previamente registrada en cuanto a la parte denominativa, pero los productos y servicios que amparan los signos enfrentados son diferentes (...)

(...) pese a que el signo solicitado a registro presenta similitud con la marca previamente registrada en cuanto a la parte denominativa, los productos y servicios que pretende amparar mi poderdante no son los mismos a los productos que la marca previamente registrada.

(...) no es de recibo que diga la opositora que originan confusión entre los consumidores, esto por cuanto el signo a registrar comercializa y presta los servicios de las clases 18, 25 y 35 Internacional de Niza, SE diferencian perfectamente en el mercado, no es impedimento para que el signo KROW IND. (M) sea registrado.

En cuanto al punto 3.4 dice la opositora que tanto los servicios del signo solicitado como los productos de la marca fundamento de oposición, son confundibles, y además, comparten el mismo mercado objetivo, generándose confusión entre los consumidores por el origen empresarial, NO ES CIERTO el signo solicitado a registro no comparten el mismo mercado objetivo y nunca se confundirá con el origen empresarial, no es lo mismo comercializar productos de la clase 18 y 25 y 35 de la Clasificación de Niza, que son bolsos, carteras, correas, prendas de vestir, calzado y sombrerería; a comercializar lubricantes, grasas industriales, aceites para motores que es lo que vende la marca opositora, los consumidores buscan sus mercados de acuerdo a sus necesidades y obviamente si necesitan productos de la clase 4 (...)

(...) Solo en los almacenes de cadena se puede compartir el mismo mercado objetivo, pero las secciones de los productos que vende mi cliente están completamente separadas a la sección donde venden lubricantes, grasas industriales, aceites para motores. Es cierto, el signo a registrar presenta similitud con la parte denominativa con la marca previamente registrada pero los productos y servicios estarán perfectamente diferenciados en el mercado y no presentarán riesgo de confusión o de asociación.

Ref. Expediente N° SD2025/0035546

En el caso que nos ocupa, vemos que los signos enfrentados son similares entre sí en cuanto a su denominación pero los productos que tiene protegidos la empresa opositora son los de la clase 4 Internacional, son totalmente distintos a los que pretende proteger mi cliente con el signo solicitado que son entre otros los de la clase 35 Internacional que es el motivo por el cual la sociedad PREMIUM FILTERS S.A.S se opone al registro de la marca, la opositora no tiene marca registrada en la clase 35 Internacional, sin embargo, para materializarse la comercialización de los productos o servicios es necesario proteger la marca en esta clase que incluye lo relacionado con Contabilidad, Servicios de contabilidad, teneduría de libros y auditoría contable, Publicidad y marketing, Servicios promocionales, de marketing y publicidad, Asesoramiento en materia de elaboración de declaraciones fiscales, Organización y celebración de subastas por Internet, Prestación de servicios de subasta, Servicios de contabilidad, teneduría de libros y auditoría contable, Servicios de creación de marcas, Servicios de estrategia de marcas entre otros.

El registro de la marca KROW IND. (M), clase 35, no es que sea complementarios al producto que protege la marca previamente registrada, son totalmente distintos y los mercados que comercializan los productos de la opositora son totalmente distintos esto sería como decir que para que una marca pueda nacer a la vida jurídica necesariamente tiene que registrarse la marca en la clase 4 y en la 35, un ejemplo claro es el de la marca previamente registrada en la clase 4, no tiene marca que esté protegiendo los servicios de la clase 35 Internacional de Niza, sin embargo están desarrollando su negocio y no pasa nada, esto no significa que compartan los mismos canales de comercialización porque los productos de la clase 4 tienen su propio mercado, lo mismo pasa con los productos y servicios que se pretenden amparar con la marca solicitada, distinto pasa con los almacenes de cadena que allí sí pueden compartir el mismo mercado pero en diferentes secciones.

Aquí podemos ver que el signo solicitado es perfectamente registrable porque para que el signo sea irregistrable debe reunir los dos supuestos de hecho, en el caso del signo solicitado solo reúne el primer supuesto de hecho que es la similitud de signos, pero en cuanto a los productos y servicios están perfectamente diferenciados y no presentan riesgo de confusión y/o de asociación. En el mercado solo se ponen a disposición los productos y servicios que presta cada empresario o comerciante, con el artículo 35 no se protegen los productos y servicios que se prestan, solo protegen los servicios de una empresa o un comerciante como tal o sea todo lo relacionado con la administración de los negocios, contabilidad, marketing digital entre otros, por eso no debe decir la opositora que los servicios de esta clase guardan estrecha conexión con los productos que protege en la clase 4, tampoco están interconectados, no hay conexión competitiva.

NO ES CIERTO lo que dice la opositora, los servicios que ampara la marca solicitada NO SON CONFUNDIBLES, con los productos, no se confunden en el mercado, y menos afirmar que se encuentra en clases conexas del nomenclador internacional de Niza, y tampoco la finalidad de los signos enfrentados es la misma, la marca previamente registrada protege productos de la clase 4 Internacional de Niza y para desarrollar su empresa es necesario que proteja los servicios de la clase 35 Internacional y hasta la fecha ellos no tienen marca registrada se puede observar que la finalidad de ambos signos es complementaria, no son intercambiables los productos y servicios que prestan.

De acuerdo a las aclaraciones que se hacen en este escrito sobre la clase 35, esta clase sirve solo para la materializar las actividades de administración, trabajos de oficina, publicaciones, marketing, etcétera de los negocios de la empresa o de comerciantes.

Los productos y servicios., NO están estrechamente relacionados como dice la opositora, que tiene que ver la venta de LUBRICANTES, GRASAS INDUSTRIALES, ACEITES PARA MOTORES, con la administración de negocios de una empresa, su publicidad, marketing, trabajos de oficina, ninguna relación cada empresa o

Ref. Expediente N° SD2025/0035546

comerciante al hacer las operaciones de su empresa siempre será diferente en cuanto a la información porque cada una al hacer sus operaciones siempre hará referencia de los productos y servicios de cada una.

Este escrito tiene unos criterios muy amplios sobre la confusión que jurídicamente se presenta con relación a la clase 35 Internacional de Niza donde puedo demostrar que el signo solicitado a registro KROW IND. (M) en las clases 18, 25, y 35 Internacional de Niza es perfectamente registrable, es suficientemente distintivo, no genera confusión y riesgo de asociación en el mercado.”

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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, 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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0035546

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.

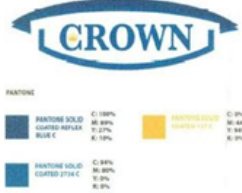
Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Tipo	Estado	Vigencia
Marca	CROWN	PREMIUM FILTERS S.A.S	13280265	10	4	Mixta	Registrada	15 de septiembre de 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	El signo opositor
 KROW IND.	 CROWN

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

18: Bolsos en tela, bolsos tejidos a mano; bolsos artesanales, carteras; carteras de bolsillo; carteras porta documentos; billeteras; monederos; mochilas; mochilas colegiales; correas de cuero; estuches de viaje; estuches para llaves; maletas; maletines; maletines para documentos; baúles.

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

35: Compra, venta, importación, exportación, comercialización Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; ventas por internet.

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 (dentrífico) 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° SD2025/0035546

El signo opositor identifica:

Expediente	Productos
------------	-----------

13280265	(4): Lubricantes, grasas industriales, aceites para motores.
----------	--

En primer lugar, no existe grado de sustituibilidad entre los productos de la Solicitante (artículos de marroquinería, vestuario, calzado y servicios comerciales) y los productos de la Opositora (lubricantes, grasas industriales, y aceites para motores). Ambos grupos pertenecen a sectores industriales y comerciales con naturalezas, finalidades, y características intrínsecas completamente disímiles. Los productos y servicios de la Solicitante están destinados al uso personal, la vestimenta y la gestión comercial, mientras que los productos de la Opositora son insumos técnicos de carácter industrial y mecánico, esenciales para la operación y mantenimiento de maquinaria, vehículos o equipos. Un consumidor que busca un lubricante no sustituirá esa necesidad esencial por una billetera o una camisa, y viceversa, por ejemplo. Los canales de comercialización también son distintos, pues los lubricantes se comercializan en ferreterías, talleres especializados o estaciones de servicio, mientras que la ropa y los bolsos se venden en boutiques, almacenes de cadena o plataformas de comercio electrónico, lo que reafirma su nula intercambiabilidad.

En segundo lugar, no se configura el criterio de complementariedad necesaria y obligatoria entre los productos y/o servicios. La jurisprudencia andina exige que el consumo de un bien genere la necesidad inescindible de consumir el otro. La utilización de un aceite para motor (Clase 4) no conlleva la necesidad obligatoria de adquirir una mochila o un par de zapatos (Clases 18 y 25), ni el uso de servicios de publicidad (Clase 35) exige la compra de grasas industriales. Si bien en un sentido amplio una empresa de lubricantes puede usar un bolso para diversos propósitos, o requerir publicidad, estas son meras utilizaciones conjuntas o actividades accesorias de cualquier negocio, y no constituyen una complementariedad esencial o indispensable en el sentido jurídico requerido. La función técnica de los productos de Clase 4 es ajena a la función estética, personal o comercial de las Clases 18, 25 y 35.

Finalmente, no es razonable para el consumidor promedio asumir que los productos y servicios provienen del mismo origen empresarial. En la realidad del mercado colombiano y andino, la producción y comercialización de lubricantes y grasas industriales opera en un sector altamente técnico y especializado (química y petroquímica), que es completamente ajeno al sector de la moda, el vestuario, la marroquinería, y los servicios de gestión comercial. El consumidor promedio, al encontrarse con un aceite para motor y una cartera con marcas similares, no esperaría que ambas provengan del mismo fabricante o proveedor, pues la especialización de los mercados y el abismo técnico y comercial entre ellos desvirtúa la percepción de una extensión natural de la línea de productos de un único empresario.

Esta elasticidad interpretativa diluiría el principio de especialidad marcaria, forzando conexiones que no se corresponden con la realidad del sector ni con la expectativa del consumidor promedio, cuya atención se centra en la naturaleza intrínseca y la finalidad directa de los productos y servicios. Los productos como los lubricantes, grasas industriales y aceites para motores, si bien pueden aplicarse a diversos sectores, no habilitan *per se* la presunción de que dicho empresario vaya a convertirse en un empresario especializado en productos de vestuario, moda, cuero y/o servicios de gestión comercial o que tenga conexidad con los mismos bajo ningún escenario razonable.

No existiendo relación o conexidad competitiva entre los productos y servicios que pretende distinguir el signo solicitado y los productos que identifica el signo fundamento de la objeción, no es necesario proceder a la comparación de los signos respectivos, pues nada obsta para que coexistan dos marcas similares o incluso idénticas, si los productos

Ref. Expediente N° SD2025/0035546

o servicios amparados no son susceptibles de causar riesgo de confusión o de asociación, como ocurre en el caso bajo estudio.

Registrabilidad del signo solicitado frente a las clases 18 y 25 que no fueron objeto de oposición

Esta Dirección ha procedido a realizar el examen de registrabilidad de la Marca **KROW IND.** (Mixta) lo cual le ha permitido concluir lo siguiente:

En primer lugar, debe indicarse que el signo aludido constituye marca para identificar productos de las clases 18 y 25 de la Clasificación Internacional de Niza, conforme a lo establecido en el artículo 134 de la Decisión 486. En este mismo sentido, el signo solicitado para registro no se encuentra incurso en ninguna de las causales de irregistrabilidad del artículo 135 de dicha decisión.

Por su parte, revisado el Registro Público de la Propiedad Industrial, y adicionalmente al no haberse presentado oposiciones fundamentadas que pudieran desvirtuar el registro de la marca solicitada para las clases 18 y 25, se concluye que el signo solicitado para registro no se encuentra incurso en ninguna de las causales de irregistrabilidad del artículo 136 de la mencionada norma comunitaria andina.

Por último, esta Dirección no tiene indicios razonables que le permitan inferir que el signo solicitado se esté solicitando para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, de conformidad con lo establecido en el artículo 137 de la Decisión 486.

Finalmente, una vez consultadas las marcas país comunicadas y protegidas en Colombia de conformidad con la Decisión 876 de la Comisión de la Comunidad Andina contempla, se evidencia que el signo solicitado a registro no se encuentra incurso en la causal prevista en el artículo 15 de la mencionada Decisión.

Así las cosas, esta Dirección ha establecido que el signo solicitado para registro posee la capacidad distintiva suficiente para identificar los productos solicitados en las clases 18 y 25 y no se encuentra incurso en ninguna de las causales de irregistrabilidad establecidas en la Decisión 486 del 2000.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud frente a la clase 35 con oposición no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada en las clases 18, 25 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **PREMIUM FILTERS S.A.S.**, respecto de la Clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **KROW IND.** (Mixta):

Ref. Expediente N° SD2025/0035546



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

18: Bolsos en tela, bolsos tejidos a mano; bolsos artesanales, carteras; carteras de bolsillo; carteras porta documentos; billeteras; monederos; mochilas; mochilas colegiales; correas de cuero; estuches de viaje; estuches para llaves; maletas; maletines; maletines para documentos; baúles.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: VERONICA RESTREPO GOMEZ
SIN ESTABLECER
MEDELLIN ANTIOQUIA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Conceder el registro de la Marca **KROW IND.** (Mixta):



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

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

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: VERONICA RESTREPO GOMEZ
SIN ESTABLECER
MEDELLIN ANTIOQUIA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Conceder el registro de la Marca **KROW IND.** (Mixta):

Ref. Expediente N° SD2025/0035546



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

35: Compra, venta, importación, exportación, comercialización Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; ventas por internet.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: VERONICA RESTREPO GOMEZ
SIN ESTABLECER
MEDELLIN ANTIOQUIA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 6: Notificar a la señora **VERONICA RESTREPO GOMEZ**, solicitante del registro y a la sociedad **PREMIUM FILTERS S.A.S** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 7: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de enero de 2026

DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS