

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 10172

Ref. Expediente N° SD2025/0079638

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 8 de agosto de 2025, International Waterski & Wakeboard Federation Limited, solicitó el registro de la Marca IWWF International Waterski & Wakeboard Federation (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1077, 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.

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 41: Servicios de entretenimiento, educación, formación y deportes, a saber, organización de competiciones de esquí acuático, wakeboard y otros deportes acuáticos relacionados; organización, preparación y realización de competiciones deportivas; organización de exposiciones con fines de entretenimiento; provisión de diversas instalaciones para una amplia gama de eventos deportivos, deportes y competiciones atléticas y programas de premios; organización y realización de competiciones deportivas universitarias.

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° SD2025/0079638

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 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
Mixta	IWF	International Women's Forum, Inc.	SD2024/0133152	12	35, 36, 41	Marca	Registrada
Mixta	IWF International Women's Forum	International Women's Forum, Inc.	SD2024/0133159	12	35, 36, 41	Marca	Registrada
Nominativa	IWF	International Women's Forum, Inc.	SD2024/0133146	12	35, 36, 41	Marca	Registrada
Nominativa	WWF	WWF-WORLD WIDE FUND FOR NATURE (FORMERLY WORLD WILDLIFE FUN)	01104051	7	41	Marca	Registrada
Mixta	WWF	WWF-WORLD WIDE FUND FOR NATURE (FORMERLY WORLD WILDLIFE FUND)	9230197441	7	41	Marca	Registrada

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 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° SD2025/0079638

El signo solicitado	Las marcas registradas
	   IWF WWF

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 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



Ref. Expediente N° SD2025/0079638

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 observa que los signos analizados presentan similitudes ortográficas y fonéticas susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor, comoquiera que el elemento denominativo predominante del signo solicitado **IWWF** INTERNATIONAL WATERSKI & WAKEBOARD FEDERATION reproduce sustancialmente la parte relevante de los signos antecedentes **IWF** / **IWF** INTERNATIONAL WOMEN'S FORUM / **IWF** / **WWF** / **WWF**.

En efecto, la única diferencia respecto al vocablo sobresaliente de las marcas antecedentes **IWF** / **IWF** INTERNATIONAL WOMEN'S FORUM / **IWF**, consiste en la adición de una consonante W, y frente a la denominación de las marcas protegidas **WWF** / **WWF**, la adición de una vocal I al inicio del signo, lo cual no resulta suficiente para que se genere una impresión diferente en el consumidor y se mitigue el riesgo de confusión.

En ese sentido, al pretender un signo cuya estructura gramatical está conformada de forma muy similar que las marcas antecedentes, sin duda hará pensar al consumidor de manera equivocada que el signo solicitado tiene su origen en el mismo empresario.

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.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0079638

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

41: Servicios de entretenimiento, educación, formación y deportes, a saber, organización de competencias de esquí acuático, wakeboard y otros deportes acuáticos relacionados; organización, preparación y realización de competencias deportivas; organización de exposiciones con fines de entretenimiento; provisión de diversas instalaciones para una amplia gama de eventos deportivos, deportes y competencias atléticas y programas de premios; organización y realización de competencias deportivas universitarias.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2024/0133152 Clase 35: Servicios de promoción empresarial; servicios a mujeres en los campos de desarrollo empresarial, identificación de alianzas estratégicas; consultoría de gestión empresarial en las áreas de desarrollo de liderazgo, negocios, política y educación; creación de redes de negocios; servicios de colaboración empresarial, a saber, facilitación de intercambios de ideas e información entre pares para líderes futuros y mujeres; servicios benéficos, a saber, organización y desarrollo de proyectos para apoyar a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; suministro de información comercial; servicios de investigación empresarial, a saber, suministro de información sobre líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

36: Servicios de fundaciones benéficas, a saber, realización de actividades de recaudación de fondos para apoyar a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; aceptación y administración de contribuciones benéficas monetarias para apoyar el desarrollo del liderazgo y a las mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

41: Servicios educativos, a saber, realización de conferencias, seminarios, talleres y grupos de discusión relacionados con el liderazgo y el liderazgo femenino en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; servicios educativos, a saber, mentoría personalizada en los campos de apoyo a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

Expediente SD2024/0133159 Clase 35: Promoción empresarial; servicios a mujeres en los campos de desarrollo empresarial, identificación de alianzas estratégicas; consultoría de gestión empresarial en las áreas de desarrollo de liderazgo, negocios, política y educación; creación de redes de negocios; servicios de colaboración empresarial, a saber, facilitación de intercambios de ideas e información entre pares para líderes futuros y mujeres; servicios benéficos, a saber, organización y desarrollo de proyectos para apoyar a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; suministro de información comercial; servicios de investigación empresarial, a saber, suministro de información sobre líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

36: Servicios de fundaciones benéficas, a saber, realización de actividades de recaudación de fondos para apoyar a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; aceptación y administración de contribuciones benéficas

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° SD2025/0079638

monetarias para apoyar el desarrollo del liderazgo y a las mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

41: Servicios educativos, a saber, realización de conferencias, seminarios, talleres y grupos de discusión relacionados con el liderazgo y el liderazgo femenino en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; servicios educativos, a saber, mentoría personalizada en los campos de apoyo a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

Expediente SD2024/0133146 Clase 35: Promoción empresarial; servicios a mujeres en los campos de desarrollo empresarial, identificación de alianzas estratégicas; consultoría de gestión empresarial en las áreas de desarrollo de liderazgo, negocios, política y educación; creación de redes de negocios; servicios de colaboración empresarial, a saber, facilitación de intercambios de ideas e información entre pares para líderes futuros y mujeres; servicios benéficos, a saber, organización y desarrollo de proyectos para apoyar a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; suministro de información comercial; servicios de investigación empresarial, a saber, suministro de información sobre líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

36: Servicios de fundaciones benéficas, a saber, realización de actividades de recaudación de fondos para apoyar a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; aceptación y administración de contribuciones benéficas monetarias para apoyar el desarrollo del liderazgo y a las mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

41: Servicios educativos, a saber, realización de conferencias, seminarios, talleres y grupos de discusión relacionados con el liderazgo y el liderazgo femenino en negocios, política, educación y gestión ejecutiva; servicios educativos, a saber, mentoría personalizada en los campos de apoyo a líderes futuros y mujeres en negocios, política, educación y gestión ejecutiva.

Expediente 01104051 Clase 41: Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales.

Expediente 9230197441 Clase 41: Los servicios de organización de cursos y lecturas en relación con la conservación de la fauna, la flora, el paisaje, el suelo y el agua.

Conexión competitiva entre servicios de la Clase 41 de los signos confrontados

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos o servicios 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 las coberturas de los signos confrontados toda vez que se trata de prestaciones comprendidas dentro de un mismo género, a saber, servicios educativos, de la clase 41 del nomenclador internacional.

Por consiguiente, comparten el mismo nicho comercial, canales de comercialización y de publicidad, circunstancia que incrementa el riesgo de confusión respecto de su procedencia empresarial, 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

Ref. Expediente N° SD2025/0079638

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 IWWF International Waterski & Wakeboard Federation (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por International Waterski & Wakeboard Federation Limited, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a International Waterski & Wakeboard Federation Limited, 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 siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 16 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **41:** Servicios de entretenimiento, educación, formación y deportes, a saber, organización de competencias de esquí acuático, wakeboard y otros deportes acuáticos relacionados; organización, preparación y realización de competencias deportivas; organización de exposiciones con fines de entretenimiento; provisión de diversas instalaciones para una amplia gama de eventos deportivos, deportes y competencias atléticas y programas de premios; organización y realización de competencias deportivas universitarias.