

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 10190

Ref. Expediente N° SD2025/0000886

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 8 de enero de 2025, la sociedad **Qubilo SAS**, solicitó el registro de la Marca Qtalents (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1055, la sociedad **Psyconometrics S.A.S.** presentó oposición con fundamento en el Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

“(…)

Es indiscutible que existen algunas diferencias, aunque irrelevantes, entre los signos objeto de comparación, pues en caso contrario, estaríamos en presencia de signos idénticos. Serán precisamente las semejanzas compartidas las que ayudarán a esa Dirección a determinar el nivel tal de similitud de los signos comparados (...)

(…)

Las marcas deben ser analizadas en su conjunto y no valorando sus partes integrantes en forma aislada. Sin embargo, como se observará de manera seguida, debe examinarse cuidadosamente cual es el elemento definitivo predominante atendiendo la naturaleza de los signos comparados

(…)

La comparación global de los signos no excluye de forma tajante la posibilidad de evaluar sus elementos componentes, con el propósito de determinar si alguno de ellos ejerce un rol distintivo dominante que prevalezca sobre los restantes y focalice la atención del público.

Aun en las marcas mixtas el análisis debe hacerse sobre el conjunto y será justamente dicho análisis el que permitirá descubrir que, dentro del conjunto existe un elemento preponderante que prevalece sobre el resto. Dentro de ese conjunto es muy factible que no todos los componentes tengan una capacidad distintiva homogénea. Si alguno prevalece sobre otro no puede ignorarse esta circunstancia. Es indiscutible que, como en el caso sub examine si alguno de esos componentes desempeña un rol distintivo más relevante por sobre los demás entonces el examinador deberá brindarle a tal elemento un lugar preponderante en el cotejo (...)

¹ 9: Software de computador descargable para la gestión de contratos inteligentes mediante la tecnología de cadena de bloques; plataforma informática; plataformas de software; plataformas de software de gestión colaborativa.

35: Consultoría en materia de empleo y contratación de personal; empleo de personal; empleo y colocación de personal; gestión de personal y consultoría en materia de empleo; servicios de consultoría de negocios comerciales en relación con la tecnología digital.

Ref. Expediente N° SD2025/0000886

NÚMERO DE PALABRAS	
QTALENTS	1 QTALENTS
TALENTA	1 TALENTA
REPRODUCCIÓN CASI TOTAL DE LA MARCA PROTEGIDA	
QTALENTS	Q TALEN S
TALENTA	TALEN TA
NÚMERO DE SILABAS	
QTALENTS	3 Q – TA – LENTS
TALENTA	3 TA – LEN – TA
SECUENCIA DE LAS CONSONANTES	
QTALENTS	Q – T – L – N – T – S
TALENTA	T – L – N – T
SECUENCIA DE LAS VOCALES	
QTALENTS	A – E
TALENTA	A – E – A

(...)

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad Qubilo SAS, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(…)

las marcas “Qtalents” nominativa (solicitada) y “TALENTA” Mixta (opositora) las cuales, al momento de compararlas, se podría establecer con fundamento en los criterios jurisprudenciales y doctrinarios, no se genera riesgo de confusión, pues dé la impresión de conjunto de cada una de ellas, no se despiertan semejanzas susceptibles de generar confusión directa o indirecta.

Con plena convicción podríamos afirmar que, ante la comparación de las marcas en referencia, no existen similitudes desde el punto de vista visual o conceptual, con la suficiente fuerza, que lleven al público consumidor a error al momento de adquirir los productos o servicios de cualquiera de las marcas. Lo que indica, la posibilidad de que las marcas coexistan en el mercado sin problema alguno, ya que la marca nominativa solicitada por mis representados no está comprendida en la causal de irregistrabilidad invocada. (...)

(...)

Si efectuamos un examen comparativo entre las expresiones en conflicto, sobre las bases establecidas en las referencias anteriores, podremos determinar como la semejanza alegada carece de fundamento.

A. Comparación ortográfica: Denominaciones por comparar: “Qtalents” Nominativa (solicitada) y “TALENTA” Mixta (opositora). La marca solicitada “Qtalents” está conformada por una denominación conformada por una palabra la primera que corresponde a una expresión en idioma extranjero, conformada en su totalidad de siete (8) letras.

Por su parte la marca opositora “TALENTA”, está conformada por una palabra y expresión numérica, conformada en su totalidad de siete (7) letras de las cuales tan solo comparten la parte la raíz del signo solicitado por mis poderdantes. (...)

(...)

Analizando los signos en conflicto, es evidente la ausencia de similitud que llegase a generar confusión en el consumidor, pues si bien, las marcas comparten la raíz o sílaba inicial del elemento denominativo “TALENT no debe hacerse de lado el hecho de que la comparación debe realizarse teniendo en cuenta el conjunto de los demás elementos en específico la denominación en conjunto y los demás elementos de la etiqueta, que generan ese grado de distintividad e identidad de cada uno de los signos; por lo que mal se haría en segregar el uso de una sílaba o fragmento a un solo titular.



Ref. Expediente N° SD2025/0000886

(...)

Del análisis desde el punto o apreciación visual, ante la comparación de las marcas bajo análisis, es evidente que el signo solicitando es de naturaleza nominativa ostenta una visible diferenciación con el signo opositor, que como se indicó en el apartado anterior resalta ante la visión en conjunto y apreciación que del mismo hace el consumidor

Bajo este orden de ideas, se establece que, desde la representación visual de los signos cotejados, los mismo resultan totalmente diferentes, lo que hace que el consumidor los perciba de manera distinta y nunca llegue a confundirlos, por lo tanto, consideramos que no existe el riesgo de confusión o asociación. Por el contrario, se pueden observar suficientes elementos diferenciadores entre las marcas, que las hacen distinguibles cuando un consumidor medio se ve enfrentado a ellas. (...)

(...)

en la actualidad se encuentran registros vigentes de signos distintivos que comparten cierta similitud desde su apreciación gramatical y fonética, ante la expresión TALENT, lo que se traduce en una coexistencia pacífica de marcas sin que se genere conflictos ante una posible confusión o error respecto a los consumidores (...)

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,

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0000886

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

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	TALENTA	PSYCONOMETRICS S.A.S.	SD2021/0072029	11	9, 35, 42	Marca	02-03-2032
Mixta	TALENTA	PSYCONOMETRICS S.A.S.	SD2020/0015219	11	9, 35	Marca	13-10-2030
Mixta	TALENTA 365	PSYCONOMETRICS S.A.S.	16107105	9	42	Marca	23-12-2026
Mixta	TALENT MANAGEMENT TECHNOLOGIES	PSYCONOMETRICS S.A.S.	SD2019/0024239	11	9,35	Marca	14-04-2030

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
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 ³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a tra Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la ex productos y/o servicios: a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este pc al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando ur servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad enue productos y 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 qu (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consl facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filt ser productos sustitutos entre sí. b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe cone necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de 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° SD2025/0000886

	 TALENT MANAGEMENT TECHNOLOGIES
--	--

Reglas, jurisprudencia y doctrina aplicable a la comparación de marcas.

Análisis en conjunto durante la comparación entre marcas mixtas

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”.

Elemento predominante en las marcas mixtas

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”.

Prevalencia del elemento nominativo.

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- “a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado*
- b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)*
- c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*

Ref. Expediente N° SD2025/0000886

- d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.
- e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.
- f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos”⁴

Marcas débiles

En el presente caso, los signos se encuentran conformados por elementos de uso común de acuerdo con el tipo de productos a que se refiere la solicitud.

En relación con el empleo de este tipo de elementos el Tribunal ha expuesto lo siguiente:

“Una marca puede incluir en su conjunto palabras que individualmente consideradas pueden estimarse como expresiones de uso común, y que por ser tales no pueden ser objeto de monopolio por persona alguna. Por ello el titular de una marca que lleve incluida una expresión de tal naturaleza no está legalmente facultado para oponerse a que terceros puedan utilizar dicha expresión, en combinación de otros elementos en la conformación de signos marcarios, siempre que el resultado sea original y lo suficientemente distintivo a fin de no crear confusión.”⁵

(...) el signo denominativo compuesto, formado por uno o más vocablos de uso común, tiene la posibilidad de ser registrado siempre que dichos vocablos formen un conjunto marcario suficientemente distintivo. A pesar de esto, el titular de un signo con dichas características, tiene que ser consciente de que no puede impedir la utilización del signo que contiene elementos de uso común y, por lo tanto, su marca sería consideraba débil. Así las cosas, los signos de uso común son irresgistrables, salvo que estén acompañados de otros elementos que le den distintividad”.⁶

“En el caso de denominaciones conformadas por palabras de uso común, la distintividad se busca en el elemento diferente que integra el signo, ya que dichas palabras son marcaríamente débiles.

El derecho de uso exclusivo del que goza el titular de la marca descarta que palabras necesarias o usuales pertenecientes al dominio público puedan ser utilizadas únicamente por un titular marcario, ya que al ser esos vocablos usuales, no se puede impedir que el público en general los siga utilizando.”⁷

A este respecto, el tratadista Jorge Otamendi ha señalado que:

“Una partícula de uso común no puede ser monopolizada por persona alguna, es de libre empleo y no puede invocarse privilegio sobre ella. El titular de una marca que contenga una partícula de uso común no puede impedir su inclusión en marcas de terceros, y fundar en esa sola circunstancia la existencia de confundibilidad, ya que entonces se estaría otorgando al oponente un privilegio inusitado sobre una raíz de uso general o necesario. El titular de una marca con un elemento de uso común sabe que tendrá que coexistir con las marcas anteriores, y con las que se han de solicitar en el futuro.”⁸

Análisis comparativo

⁴ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁵ TJCA, Proceso N° 70-IP-2005

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 15-IP-2011, marca SELF SERVICE, 27 de Abril de 2011

⁷ TJCA, Proceso N° 21-IP-2013

⁸ OTAMENDI Jorge. Derecho de Marcas, Tercera edición, Abeledo Perrot, Buenos Aires. Pág. 222

Resolución N° 10190

Ref. Expediente N° SD2025/0000886

En el presente asunto, una vez analizados los signos en su conjunto, esta Dirección advierte que, no obstante, comparten algunos elementos, no son similarmente confundibles en razón a que la marca solicitada contiene componentes adicionales que le confieren la suficiente distintividad.

Acorde con lo anterior, es de señalar de forma inicial que el signo solicitado es de naturaleza nominativa, conformado por la palabra QTALENT. Por su parte, los signos opositores son de carácter mixto y nominativo, en donde respecto de los primeros se observa que su configuración corresponde a la expresión “TALENTA”, en los que prevalece el elemento nominativo dada la posición y tamaño que ocupa en aquellos y el segundo corresponde a una expresión evocativa TALENT MANAGEMENT TECHNOLOGIES”, entendida como “TECNOLOGÍAS DE GESTIÓN DEL TALENTO”, que emite una idea a los consumidores en relación con los productos y servicios que pretende identificar, relacionada con la administración y gestión de recursos humanos (clase 35), aplicando medios tecnológicos, tales como un software de aplicación (clase 9), por lo que resulta ser de naturaleza evocativa pero no carente de distintividad.

Partiendo de lo anterior, al cotejar los elementos gramaticales distintivos de cada uno de los signos enfrentados se observa que, de una visión en conjunto de los mismos, si bien coinciden en la expresión TALENT, es de destacar que los demás componentes ortográficos que acompañan al signo pretendido como es la anteposición de la letra Q” y la terminación A en el caso de las marcas registradas les otorgan la suficiente distintividad, generando un impacto diferente al ser transcritos como al ser pronunciados dado que producen un efecto sonoro diferente.

Aunado a lo anterior esta Dirección no puede desconocer que las marcas opositoras coexisten en el registro de la propiedad industrial pacíficamente en las mismas clases 9 y 35 con otras marcas que incorporan la partícula “TALENT” en sus conjuntos, siendo por tanto débil individualmente considerada para identificar dichos productos. Veamos:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Clase	Trámite	Vigencia
Mixta	T Talento Total	Gem E. McCreary	SD2021/0036718	9, 35, 36, 41, 42, 45	Marca	24-02-2031
Mixta	HC - FLEX TALENT	HC FLEX TALENT S A S	11019376	35	Marca	28-07-2031
Mixta	Talent Solutions Group	TALENT SOLUTIONS GROUP S.A.S.	13298024	35	Marca	27-05-2035
Mixta	GPS TALENT	ALFA INGENIEROS S.A.S	15088712	35	Marca	29-01-2026
Mixta	Talent Republic	Talent Network Matrix SA de CV	Sd2019/0044563	9	Marca	24-12-2029
Mixta	PM3 TALENT	PM3 S.A.S.	SD2019/0106397	35	Marca	03-11-2030
MIXTA	AUGMENTED TALENT	GLOBANT España S.A. (Sociedad Unipersonal)	SD2021/0001466	9,42	Marca	18-08-2031
Mixta	TalentAdvisor CONSULTING	TALENT PARTNER CONSULTING SAS	SD2018/0019974	35	Marca	10-09-2029

Lo anterior, por cuanto la debilidad de este tipo de marcas se debe a su uso generalizado por parte de diferentes empresarios que al registrar su marca incluyeron dicha expresión, de forma que diferentes comerciantes la utilizan, por lo mismo su fuerza disminuye debido al uso general de la misma. En ese sentido, es claro para esta oficina que dichas expresiones (las débiles por evocativas o por utilización de diferentes empresarios) se



Resolución N° 10190

Ref. Expediente N° SD2025/0000886

concedieron por el conjunto y su uso si bien es de carácter exclusivo no llega al punto de evitar el registro de expresiones que de diferente forma evoquen el mismo concepto.

Es por lo anterior que dicho término utilizado como sustantivo, prefijo o desinencia individualmente considerado no es apropiable en exclusiva por ningún participante de este mercado en particular y en afines. Por lo tanto, se advierte que las diferencias ortográficas de los signos hacen que el consumidor no los confunda o relacione a un mismo origen empresarial.

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por la sociedad **Psyconometrics S.A.S.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca Qtalents (Nominativa).

Para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases:

9: Software de computador descargable para la gestión de contratos inteligentes mediante la tecnología de cadena de bloques; plataforma informática; plataformas de software; plataformas de software de gestión colaborativa.

35: Consultoría en materia de empleo y contratación de personal; empleo de personal; empleo y colocación de personal; gestión de personal y consultoría en materia de empleo; servicios de consultoría de negocios comerciales en relación con la tecnología digital.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Qubilo SAS
CL 3 # 16-11
CALI VALLE DEL CAUCA
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

Resolución N° 10190

Ref. Expediente N° SD2025/0000886

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **Qubilo SAS**, solicitante del registro y a la sociedad **Psyconometrics S.A.S.** opositor, 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 5: 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