

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 21967

Ref. Expediente N° SD2025/0060203

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 27 de junio de 2025, RAUL DARIO GOMEZ SANCHEZ, solicitó el registro de la Marca **LOKI MOTOS** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 25 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1088, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

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,

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

³5: Comercialización de accesorios de lujo para motos como cascos, prendas de vestir para motociclistas como chaquetas, guantes, impermeables y equipo de protección para motociclistas en general.

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° SD2025/0060203

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	Vigencia
Mixta	LOQUI LOQUI	GRUPO EMPRESARIAL CALA Y CIA S.C.A.	09068932	9	25	Marca	Registrada	22/01/2030
Mixta	LOQUI LOQUI	GRUPO EMPRESARIAL CALA Y CIA S.C.A.	09068926	9	35	Marca	Registrada	22/01/2030

•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° SD2025/0060203

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

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”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le corresponde a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro “LOKI MOTOS” se encuentra incurso en alguna de las causales de irregistrabilidad establecidas en la Decisión 486 del 2000.

En primer lugar esta Dirección encuentra que desde el aspecto ortográfico el solicitado “LOKI MOTOS” y los antecedentes LOQUI LOQUI / LOQUI LOQUI del mismo titular, contienen coincidencias nominales relevantes, lo cual se aprecia respecto del núcleo común LOKI / LOQUI, que los hace compartir las mimas letras y vocales L-O-I y una estructura silábica equivalente LO-KI / LO-QUI (dos sílabas), lo que genera que el consumidor los asocie en el entorno comercial.

En segundo lugar, en el plano desde el plano fonético se intensifican las coincidencias encontradas, toda vez que en dicho contexto la receptividad del consumidor sería altamente similar, debido a que los fonemas que conforman los núcleos nominales comunes LO-KI / LO-QUI en el plano sonoro son indistinguibles, sin que la adición del término MOTO en el solicitado resulte sustancial para eliminar la proyección sonora similar entre los signos, por



Ref. Expediente N° SD2025/0060203

lo que es posible que el consumidor no distinga con claridad entre los conjuntos marcarios analizados.

En consecuencia, es preciso indicar que los elementos gráficos del signo solicitado, consistentes en un diseño con segmentación de imagen, elementos nominativos y colores, no resultan suficientes para eliminar el riesgo de confundibilidad advertido, dada la coincidencia ortográfica y fonética existente. Lo anterior, obedece a que la dimensión más característica de los signos confrontados se concentra en los términos **LOKI** y **LOQUI**, sobre los cuales recae principalmente la identificación y adquisición de los productos y servicios que se pretenden distinguir, de razón que, al momento de encontrarlos en el mercado el consumidor no lograría individualizarlos con claridad.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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

Clase 35: Comercialización de accesorios de lujo para motos como cascos, prendas de vestir para motociclistas como chaquetas, guantes, impermeables y equipo de protección para motociclistas en general.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 09068932 25: vestidos, calzados, sombrerería.

Expediente 09068926 clase 35: comercialización, distribución, importación y exportación de prendas de vestir, tales como vestidos, calzados y sombrerería, cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas, guarnicionería y bisutería.

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° SD2025/0060203

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 25 internacional. (Identidad, Principio de Sustituibilidad y Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados esta Dirección encuentra que es evidente la conexión competitiva, no solo porque pertenecen a la misma sección del Nomenclador Internacional sino porque además existe *identidad* entre algunos productos que pretende distinguir el signo solicitado y los que distingue la marca registrada, debido a que ambos incluyen en su cobertura “calzado y sombrerería”, propios de la clase 25 Internacional; de modo que, ostentan la misma naturaleza, características y finalidad, por lo cual el consumidor puede llegar a pensar que se trata de una renovación del producto que ya conoce.

De otro lado, se encuentra *conexidad competitiva por sustituibilidad* entre los artículos solicitados como prendas de vestir y los vestidos del antecedente, por cuanto se trata de los mismos productos en sentido genero – especie; además comparten canales de comercialización como: tiendas de ropa, boutiques, tiendas online, tiendas de cadena y se enmarcan en la misma industria orientada al vestuario y moda de vestir, lo que hace que compartan el mismo público consumidor y genera la posibilidad de que este pueda decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, haciéndolos intercambiables entre sí.

Adicionalmente se encuentra *conexidad competitiva por razonabilidad*, entre los productos del signo solicitado como: prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería y los del antecedente como vestidos, calzados, sombrerería, por cuanto pertenecen a una misma industria de la moda y el vestir, lo que hace posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 35 internacional. (Principio de Razonabilidad)

Al verificar las coberturas relacionadas, se evidencia *conexidad competitiva por razonabilidad* entre los servicios de comercialización de prendas de vestir para motociclistas, y guantes y los servicios de comercialización de prendas de vestir y otros artículos del antecedente por cuanto ambas coberturas se circunscriben comercialmente en el mismo género de servicios relacionados con la comercialización, por ende, es posible que el público consumidor al encontrarlos en el mercado considere que ambos servicios provienen del mismo empresario o de empresas con algún tipo de colaboración comercial, máxime si se trata de signos tan similares y servicios con la misma finalidad, en cuanto a comercialización de productos vinculados en cuanto a su naturaleza de “prendas de vestir”.

De lo anterior, existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de servicios cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

Ref. Expediente N° SD2025/0060203

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 **LOKI MOTOS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por RAUL DARIO GOMEZ SANCHEZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca **LOKI MOTOS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por RAUL DARIO GOMEZ SANCHEZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a RAUL DARIO GOMEZ SANCHEZ, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

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

⁶ 35: Comercialización de accesorios de lujo para motos como cascos, prendas de vestir para motociclistas como chaquetas, guantes, impermeables y equipo de protección para motociclistas en general.