

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23067

Ref. Expediente N° SD2025/0087157

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 29 de agosto de 2025, FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., solicitó el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 14, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 35, 41 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1078, 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

¹ **14:** Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos; joyas elaboradas con tagua, madera, concha, perla, semillas, crin de caballo, plumas, y otros materiales naturales; anillos, prendedores, mancuernas, collares, pulseras y pendientes; artículos de bisutería.

18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales; monturas, mantas para cubrir animales; bolsos, carteras y mochilas.

20: Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte, muebles de madera y cuero; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo; muebles y objetos decorativos artesanales incluidos en esta clase.

21: Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; utensilios de cocina y vajilla, excepto tenedores, cuchillos y cucharas; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto vidrio de construcción; artículos de cristalería, artículos de porcelana y cerámica y artículos de loza.

24: Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas; tejidos y productos textiles, tapices, alfombras, mantas de cama, mantelería, fundas para cojines.

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería. En especial, ponchos, capas, bufandas, pañuelos (ropa), vestidos, blusas y chaquetas.

27: Alfombras, felpudos, esteras y esterillas, linóleo y otros revestimientos de suelos; tapices murales que no sean de materias textiles; alfombras y tapices artesanales (no de materiales textiles); tapices murales artesanales que no sean de materias textiles; tapetes [alfombras].

35: Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina. Servicios de venta al por menor y al por mayor de productos artesanales y de diseñador, que se comercializan a través de tiendas físicas y en línea; promoción y venta de productos artesanales y de diseñador. Organización de eventos, exhibiciones, ferias y espectáculos con fines comerciales, promocionales y publicitarios.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; actividades culturales relacionadas con la preservación y difusión del arte popular ecuatoriano; presentación de exposiciones en museos; servicios culturales prestados por museos; servicios educativos prestados por museos; servicios recreativos prestados por museos; suministro de instalaciones de museo [presentación, exposiciones]. Organización de eventos con fines culturales, artísticos y de entretenimiento.

43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Ref. Expediente N° SD2025/0087157

Literal e) 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:

e) consistan en un signo que afecte la identidad o prestigio de personas jurídicas con o sin fines de lucro, o personas naturales, en especial, tratándose del nombre, apellido, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen, retrato o caricatura de una persona distinta del solicitante o identificada por el sector pertinente del público como una persona distinta del solicitante, salvo que se acredite el consentimiento de esa persona o, si hubiese fallecido, el de quienes fueran declarados sus herederos.

Concepto de la norma

De acuerdo con la norma transcrita, si el signo que se pretende registrar como marca corresponde al nombre, apellido u otros atributos de la personalidad de una persona natural, el nombre de una persona jurídica distinta al solicitante, o el nombre de una persona natural o jurídica reconocida por el sector pertinente del público como distinta del solicitante, siendo susceptible de afectar la identidad o prestigio de esa persona natural o jurídica, no procederá su registro. Lo anterior, salvo que el solicitante demuestre dentro del proceso que cuenta con el consentimiento de dicha persona o de sus causahabientes, según el caso, para registrar tal nombre como marca.

En cuanto a los nombres de personas naturales, las consideraciones relativas al nombre completo y apellido son, así mismo, aplicables a los seudónimos, firmas, caricaturas, retratos de las personas, a los que deben aplicarse los mismos criterios siempre y cuando identifique realmente a una persona individual.

La jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha entendido que la identidad de una persona natural es generalmente su nombre y apellido, o su sólo apellido cuando es notorio, explicando que la causal de irregistrabilidad en comento constituye un mecanismo de defensa al derecho personal que tienen las personas sobre su imagen e intimidad, y que la pretensión jurídica de la norma está fundamentada en la protección de los derechos de la personalidad.

En ese orden de ideas, cuando el nombre solicitado en registro como marca es un nombre o apellido común o frecuente, quedará sometido a las reglas generales sobre el riesgo de confusión o asociación, es decir, puede llegar a ser registrado siempre y cuando sea distintivo y no sea confundible con otros signos registrados para distinguir productos idénticos o similares. Sin embargo, si el nombre o apellido solicitado en registro, coincida o no con el nombre del solicitante, corresponde a un nombre o apellido capaz de individualizar a una persona de notoriedad destacada y reconocida por el público como alguien distinto del solicitante, su registro solamente será viable en la medida en que el solicitante cuente con la autorización de esa persona reconocida o de sus herederos.

De otro lado, respecto a las personas jurídicas, se entiende como el nombre de estas la denominación o razón social que permite identificar su naturaleza y su existencia, según las normas aplicables a la materia. La protección del nombre de una persona jurídica surge del interés de proteger no solo su identidad sino también su prestigio, interés que, en palabras del Tribunal, debe ser manifestado a través de los representantes legales de la persona jurídica portadora del nombre.

En relación con el ‘prestigio’ del que puede gozar una persona jurídica, este puede ser entendido como “la percepción favorable o positiva de esta por parte del público

Ref. Expediente N° SD2025/0087157

consumidor pertinente (...)”² la cual proviene de un esfuerzo propio ejercido por esa persona jurídica. Dicho prestigio lo ha relacionado el Tribunal con la valoración positiva que tiene ese público consumidor relevante respecto a la actividad comercial o mercantil ejercida por la persona jurídica.

En ese orden de ideas, al examinar la registrabilidad de un signo que consista en el nombre de una persona jurídica distinta al solicitante, primero se debe acreditar la existencia del nombre (denominación o razón o social) de la persona jurídica y, en segundo lugar, se debe tener en cuenta la afectación que podría tener el registro del signo sobre la identidad o prestigio del que goza aquella persona jurídica. De ser este el caso, será procedente verificar si se cuenta con la debida autorización emitida por el representante legal de la persona jurídica correspondiente, pues de lo contrario no sería viable su registro.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Afectación de la identidad o prestigio de una persona natural o jurídica.

Signo solicitado
OLGA FISCH

El signo solicitado es Nominativa y corresponde a la expresión OLGA FISCH, para distinguir:

- “14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos; joyas elaboradas con tagua, madera, concha, perla, semillas, crin de caballo, plumas, y otros materiales naturales; anillos, prendedores, mancuernas, collares, pulseras y pendientes; artículos de bisutería.
- 18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales; monturas, mantas para cubrir animales; bolsos, carteras y mochilas.
- 20: Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte, muebles de madera y cuero; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo; muebles y objetos decorativos artesanales incluidos en esta clase.
- 21: Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; utensilios de cocina y vajilla, excepto tenedores, cuchillos y cucharas; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto vidrio de construcción; artículos de cristalería, artículos de porcelana y cerámica y artículos de loza.
- 24: Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas; tejidos y productos textiles, tapices, alfombras, mantas de cama, mantelería, fundas para cojines.
- 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería. En especial, ponchos, capas, bufandas, pañuelos (ropa), vestidos, blusas y chaquetas.
- 27: Alfombras, felpudos, estereras y esterillas, linóleo y otros revestimientos de suelos; tapices murales que no sean de materias textiles; alfombras y tapices artesanales (no de

² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial - Proceso 290-IP-2016.



Ref. Expediente N° SD2025/0087157

materiales textiles); tapices murales artesanales que no sean de materias textiles; tapetes [alfombras].

35: Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina. Servicios de venta al por menor y al por mayor de productos artesanales y de diseñador, que se comercializan a través de tiendas físicas y en línea; promoción y venta de productos artesanales y de diseñador. Organización de eventos, exhibiciones, ferias y espectáculos con fines comerciales, promocionales y publicitarios.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; actividades culturales relacionadas con la preservación y difusión del arte popular ecuatoriano; presentación de exposiciones en museos; servicios culturales prestados por museos; servicios educativos prestados por museos; servicios recreativos prestados por museos; suministro de instalaciones de museo [presentación, exposiciones]. Organización de eventos con fines culturales, artísticos y de entretenimiento.

43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.”

En el caso que nos ocupa, compete a esta Dirección determinar si el signo solicitado a registro OLGA FISCH, resulta apto para identificar los productos y servicios solicitados o si, por el contrario, se encuentra incurso en la causal traída a colación.

Así las cosas, para determinar si el signo solicitado se encuentra inmerso en la causal de irregistrabilidad establecida por la norma supranacional es preciso tomar en consideración el conjunto solicitado en protección marcaría.

De acuerdo con lo anterior, encuentra esta Dirección que el signo solicitado contiene la expresión o pseudónimo **OLGA FISCH**, el cual corresponde a la figura *“polifacética: artista, diseñadora, coleccionista, comerciante y viajera. Su curiosidad y carisma, junto con su aguda mirada e instinto, la destacan como una figura clave para el estudio del diseño y las artes aplicadas en el Ecuador del siglo XX. Esta exposición es un primer acercamiento a su trabajo, y se centra en el diseño de alfombras, el eje más sobresaliente de su producción, ya que creó alrededor de 60 diseños entre 1940 y 1990”*.³

De lo anterior, cabe resaltar que la norma supranacional indica que podrá registrarse como marca el nombre completo de una persona natural (compuesta por sus nombres y apellidos), su seudónimo, su firma, su caricatura o su retrato, siempre y cuando se cumpla con alguno de los siguientes requisitos: i) que la solicitud sea adelantada por el interesado, ii) que sea adelantada por sus causahabientes o, iii) que conste autorización clara y expresa del interesado o sus derechohabientes a favor de un tercero para su registro.

Así mismo, es importante mencionar que no podrá constituirse como signo distintivo el nombre, seudónimo, firma, caricatura o retrato cuando concurra uno de los siguientes escenarios: “i) cuando afecte indebidamente el derecho de un tercero, ii) cuando afecte la identidad o el prestigio de personas jurídicas o naturales, iii) que sea una persona diferente del solicitante”.

En este sentido, con el fin de armonizar lo manifestado con antelación, se trae a colación las indicaciones realizadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en la Interpretación 108-IP-2014, frente a la procedencia del registro como marca de los nombres:

“(…) De una interpretación contrario sensu y sistemática de la norma, se puede advertir que podrá registrarse como marca el nombre completo de una persona natural (compuesta por sus nombres y apellidos), su seudónimo, su firma, su caricatura o su retrato, siempre

³ <https://artishockrevista.com/2024/07/01/olga-fisch-habitar-el-ecuador/>

Ref. Expediente N° SD2025/0087157

y cuando sean lo suficientemente distintivos y no generen confusión o riesgo de confusión en el público consumidor. Además de esta prohibición de carácter general, en el caso particular de los nombres de personas naturales, la norma comunitaria contempla como único supuesto de prohibición el hecho de que se afecte la identidad o prestigio de un tercero. Esto supone que quien solicite el registro sea una persona totalmente distinta a la que el nombre identifica. Sin embargo, esta Prohibición no es absoluta, pues de contar con la autorización del titular del nombre o, en su defecto, de sus herederos, podrá solicitar y obtener el registro de ese nombre como marca (...)". (subraya fuera del original).

En relación con lo anterior, y verificados los documentos que obran en el expediente de la referencia, se pudo constatar lo siguiente:

1. El signo solicitado contiene el nombre de la artista, diseñadora, coleccionista y comerciante OLGA FISCH, reconocida por las artes populares, que reúne los motivos encontrados en trajes y elementos propios de las fiestas populares, así como en objetos cotidianos, decoraciones de tejidos y vestimentas tradicionales.
2. Quien figura como solicitante es la persona jurídica FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA que corresponde a una persona diferente a OLGA FISCH o sus causahabientes.
3. La sociedad extranjera FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA no allegó documento alguno donde conste la autorización clara y expresa del interesado o sus derechohabientes a favor de un tercero para su registro como marca.

Por consiguiente, se concluye que el solicitante no cumple con las exigencias normativas para el registro de la marca objeto de análisis, dado que no cuenta con la manifestación de la voluntad del titular del nombre OLGA FISCH para solicitar su registro como signo distintivo.

Finalmente, esta Dirección considera que otorgar el registro del signo solicitado para distinguir los productos y servicios comprendidos solicitados afectaría la identidad y el prestigio de una persona natural, en la medida en que el signo tiene relación directa con las artes populares que identifican el trabajo de OLGA FISCH. Tal circunstancia podría inducir al público a presumir erróneamente una conexión o respaldo comercial inexistente entre la artista y los productos y servicios identificados, generando un posible engaño al consumidor o un aprovechamiento injustificado de su reputación, en contravención de los presupuestos jurídicos previstos en la causal de irreregistrabilidad.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irreregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal e) 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 OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza⁴, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para

⁴ 14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos; joyas elaboradas con tagua, madera, concha, perla, semillas, crin de caballo, plumas, y otros materiales naturales; anillos, prendedores, mancuernas, collares, pulseras y pendientes; artículos de bisutería.

Ref. Expediente N° SD2025/0087157

distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 20 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase, 21 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO QUINTO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 24 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEXTO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEPTIMO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 27 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁰, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO OCTAVO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹¹, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO NOVENO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹²,

⁵ **18:** Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales; monturas, mantas para cubrir animales; bolsos, carteras y mochilas.

⁶ **20:** Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte, muebles de madera y cuero; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo; muebles y objetos decorativos artesanales incluidos en esta clase.

⁷ **21:** Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; utensilios de cocina y vajilla, excepto tenedores, cuchillos y cucharas; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto vidrio de construcción; artículos de cristalería, artículos de porcelana y cerámica y artículos de loza.

⁸ **24:** Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas; tejidos y productos textiles, tapices, alfombras, mantas de cama, mantelería, fundas para cojines.

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería. En especial, ponchos, capas, bufandas, pañuelos (ropa), vestidos, blusas y chaquetas.

⁹ **25:** Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería. En especial, ponchos, capas, bufandas, pañuelos (ropa), vestidos, blusas y chaquetas.

¹⁰ **35:** Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina. Servicios de venta al por menor y al por mayor de productos artesanales y de diseñador, que se comercializan a través de tiendas físicas y en línea; promoción y venta de productos artesanales y de diseñador. Organización de eventos, exhibiciones, ferias y espectáculos con fines comerciales, promocionales y publicitarios.

¹¹ **41:** Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; actividades culturales relacionadas con la preservación y difusión del arte popular ecuatoriano; presentación de exposiciones en museos; servicios culturales prestados por museos; servicios educativos prestados por museos; servicios recreativos prestados por museos; suministro de instalaciones de museo [presentación, exposiciones]. Organización de eventos con fines culturales, artísticos y de entretenimiento.

¹² **41:** Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; actividades culturales relacionadas con la preservación y difusión del arte popular ecuatoriano; presentación de exposiciones en museos; servicios culturales prestados por

Resolución N° 23067

Ref. Expediente N° SD2025/0087157

solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO DÉCIMO: Negar el registro de la marca OLGA FISCH (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹³, solicitada por FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO: Notificar de esta resolución a FOLKLORE OLGA FISCH CIA. LTDA., 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 DÉCIMO SEGUNDO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

museos; servicios educativos prestados por museos; servicios recreativos prestados por museos; suministro de instalaciones de museo [presentación, exposiciones]. Organización de eventos con fines culturales, artísticos y de entretenimiento.

¹³ 41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; actividades culturales relacionadas con la preservación y difusión del arte popular ecuatoriano; presentación de exposiciones en museos; servicios culturales prestados por museos; servicios educativos prestados por museos; servicios recreativos prestados por museos; suministro de instalaciones de museo [presentación, exposiciones]. Organización de eventos con fines culturales, artísticos y de entretenimiento.