

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 34294

Ref. Expediente N° SD2025/0023429

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 23 de septiembre de 2025, la señora Chiquinquirá Tile Uriana, solicitó el registro de la Marca Kuyama (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, 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,

¹ 18: Mochilas.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0023429

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

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	KAJUMA	MARIA FERNANDA CASTAÑO JURADO	SD2018/0060622	11	25	Marca	Registrada	04/02/2029

Los signos a comparar son los siguientes:

•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:

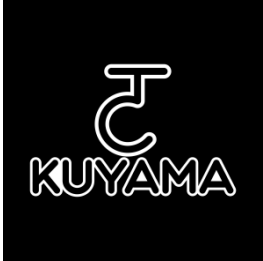
a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. 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° SD2025/0023429

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, pues al apreciar en conjunto el signo solicitado **KUYAKMA** y la marca previamente registrada **KAJUMA**, se observan que son ortográfica y fonéticamente similares de la siguiente manera:

Desde el punto de vista ortográfico, el signo **KUYAMA** reproduce la estructura compuesta por seis letras de la marca antecedente, que inicia con la consonante **K** y finaliza con la secuencia **-AMA**, manteniendo un patrón visual prácticamente idéntico. Asimismo, Ambos signos comparten las vocales **A** y **U** en posiciones intermedias y una disposición similar de consonantes y vocales, lo que genera una impresión visual cercana. En este contexto, las diferencias puntuales entre las secuencias **UY** y **AJU** no resultan suficientes para dotar al signo solicitado de una identidad gráfica claramente diferenciable.

Por su parte desde la perspectiva fonética, la semejanza es igualmente significativa. **KUYAMA** y **KAJUMA** se articulan en tres sílabas con una cadencia y acentuación semejantes, produciendo una sonoridad próxima al oído del consumidor medio. La vocalización inicial con el sonido oclusivo /k/ seguida de vocales abiertas y el cierre en **-ma** genera un ritmo acústico comparable, en el que la variación entre los sonidos intermedios /y/ y /j/ no introduce un contraste fonético suficientemente marcado, especialmente en contextos de comunicación oral rápida o imperfecta.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0023429

conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 18: Mochilas.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2018/0060622 Clase 25: Bodis [ropa interior]; combinaciones [ropa interior]; fajas [ropa interior]; ropa de atletismo; ropa para ciclistas; ropa de deporte; ropa de embarazadas; ropa de estar en casa; ropa exterior; ropa de gimnasia; ropa impermeable; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior de mujer; ropa interior térmica; ropa de niña; ropa de niño; ropa de playa; ropa de tenis; calzado para actividades deportivas; camisas deportivas; camisas deportivas de manga corta; chaquetas deportivas; zapatillas deportivas; bodys [prendas de vestir]; prendas de punto; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 18 y los productos de la clase 25 internacional (Razonabilidad)

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando, atendiendo a la realidad del mercado, el consumidor puede considerar plausible que los productos provienen del mismo empresario. Bajo este parámetro, se advierte una relación entre los productos del signo solicitado en la clase 18 mochilas, y los productos identificados por la marca registrada en la clase 25, prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

En efecto, en la práctica comercial, las mochilas forman parte del universo de accesorios de moda y suelen comercializarse en los mismos canales de distribución que la ropa, el calzado y los artículos de sombrerería, tales como tiendas de moda, almacenes por departamento y plataformas de comercio electrónico especializadas en vestuario y accesorios. Asimismo, es habitual que marcas de prendas de vestir y calzado amplíen su portafolio hacia mochilas y otros complementos, diseñados bajo criterios de estilo, coherencia estética e identidad marcaria común.

En este contexto, resulta razonable que el consumidor asuma que las mochilas del signo solicitado puedan proceder del mismo empresario que ofrece prendas de vestir, calzado o artículos de sombrerería, al percibirlos como productos complementarios dentro de una oferta integral de moda y estilo personal. Esta percepción conjunta configura una conexión competitiva por razonabilidad entre los productos de las clases 18 y 25 de los signos cotejados.

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.

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.

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0023429

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Kuyama (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la señora Chiquinquirá Tile Uriana, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a la señora Chiquinquirá Tile Uriana, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 8 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 18: Mochilas.