

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 82636

Ref. Expediente N° SD2025/0030255

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 3 de abril de 2025, ARRECIFE SWIMWEAR COLOMBIA S.A.S., solicitó el registro de la Marca **ARRECIFE SWIMWEAR** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1064, 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.

Concepto de la norma

¹ **25:** Vestidos de baño; ropa de playa; tangas (ropa de playa); ajustadores [ropa interior]; tirantes de ajustadores; tirantes de ajustadores [partes de prendas de vestir]; bodis; bodis para adultos; bodis para niños; bodis [ropa interior]; calzones; calzones con abertura [ropa interior]; calzones de baño; combinaciones; combinaciones de medio cuerpo; combinaciones [ropa interior]; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior para caballeros; ropa interior para mujeres; ropa interior para bebés; ropa interior para niños; ropa interior y de dormir; zapatillas de baño; prendas de vestir transformables en vestidos; prendas para cubrir trajes de baño; trajes de baño; trajes de baño [bañadores]; trajes de baño con almohadilla absorbente incorporada; trajes de baño de una pieza; trajes de baño en forma de cola de sirena; trajes de baño para caballero; trajes de baño para caballeros; trajes de baño para niños; trajes de baño para señora; trajes de esquí; trajes de esquí de competición; trajes de esquí para competición; trajes de tres piezas; trajes de tres piezas [prendas de vestir]; trajes de tres piezas [ropa]; mallas enteras; gorros y sandalias de baño; sandalias de baño.

Ref. Expediente N° SD2025/0030255

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, 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
Nominativa	ARRECIFE	Trestles IP Holdings, LLC.	07008097	8	25	Marca	Registrada	27 agosto 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

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.

•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° SD2025/0030255

El signo solicitado	La marca registrada
	ARRECIFE

Jurisprudencia

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 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

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **ARRECIFE SWIMWEAR** se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del 2000.

Por una parte, los signos **ARRECIFE SWIMWEAR / ARRECIFE** presentan una coincidencia evidente en su componente dominante: la palabra “ARRECIFE”, la cual aparece en forma idéntica al inicio de ambos signos. Esta coincidencia es particularmente relevante, ya que en el análisis marcario el primer término de un signo suele captar mayor atención por parte del consumidor y tiene un peso distintivo significativo en la percepción global de la marca.



Ref. Expediente N° SD2025/0030255

Fonéticamente, la adición del término “SWIMWEAR” en el signo compuesto no modifica sustancialmente la pronunciación inicial ni neutraliza el impacto del término “ARRECIFE”, que es el elemento que predomina auditiva y visualmente.

Ortográficamente, la estructura del signo “ARRECIFE SWIMWEAR” mantiene una clara subordinación del segundo término (“SWIMWEAR”), que es una palabra genérica o descriptiva del tipo de productos. Esta característica reduce su capacidad distintiva y refuerza la percepción de que el signo deriva directamente de la marca “ARRECIFE”.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Vestidos de baño; ropa de playa; tangas (ropa de playa); ajustadores [ropa interior]; tirantes de ajustadores; tirantes de ajustadores [partes de prendas de vestir]; bodis; bodis para adultos; bodis para niños; bodis [ropa interior]; calzones; calzones con abertura [ropa interior]; calzones de baño; combinaciones; combinaciones de medio cuerpo; combinaciones [ropa interior]; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior para caballeros; ropa interior para mujeres; ropa interior para bebés; ropa interior para niños; ropa interior y de dormir; zapatillas de baño; prendas de vestir transformables en vestidos; prendas para cubrir trajes de baño; trajes de baño; trajes de baño [bañadores]; trajes de baño con almohadilla absorbente incorporada; trajes de baño de una pieza; trajes de baño en forma de cola de sirena; trajes de baño para caballero; trajes de baño para caballeros; trajes de baño para niños; trajes de baño para señora; trajes de esquí; trajes de esquí de competición; trajes de esquí para competición; trajes de tres piezas; trajes de tres piezas [prendas de vestir]; trajes de tres piezas [ropa]; mallas enteras; gorros y sandalias de baño; sandalias de baño.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente 07008097, clase 25: Vestidos, calzados, sombrerería.

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° SD2025/0030255

Conexidad competitiva entre productos de la clase 25 de los signos cotejados (Criterio de razonabilidad)

Esta Dirección, al analizar los productos mencionados dentro de la **clase 25**, que incluyen ropa interior, trajes de baño, ropa de playa, bodis, zapatillas y sandalias de baño, en relación con otras prendas generales como vestidos, calzado y sombrerería, se advierte una conexidad competitiva evidente, ya que todos estos bienes forman parte del mismo sector económico: la industria de la moda y la confección. Se trata de productos destinados al uso personal, con fines principalmente estéticos, funcionales y de protección, y comparten tanto los canales de comercialización como los públicos consumidores.

Desde el criterio de razonabilidad, es perfectamente previsible que un mismo fabricante o comercializador de vestidos, calzado o accesorios también ofrezca trajes de baño, ropa interior o prendas especializadas para la playa, bajo un mismo signo distintivo. De hecho, en el mercado es común que marcas de moda amplíen sus líneas hacia estas categorías, lo que refuerza la idea de unidad de origen empresarial. Esta práctica es habitual entre empresas del sector textil que buscan diversificar su portafolio manteniendo una identidad de marca coherente y reconocible para el consumidor.

En consecuencia, se concluye que existe una conexidad competitiva clara entre los productos listados, ya que se relacionan por su naturaleza, finalidad, canales de distribución y público objetivo. Esta relación aumenta el riesgo de confusión en el consumidor en caso de coexistencia de signos similares o idénticos para estos productos, pues podría razonablemente entender que todos provienen del mismo origen empresarial.

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.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **ARRECIFE SWIMWEAR** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por **ARRECIFE SWIMWEAR COLOMBIA S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a **ARRECIFE SWIMWEAR COLOMBIA S.A.S.**, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y

⁵ **25:** Vestidos de baño; ropa de playa; tangas (ropa de playa); ajustadores [ropa interior]; tirantes de ajustadores; tirantes de ajustadores [partes de prendas de vestir]; bodis; bodis para adultos; bodis para niños; bodis [ropa interior]; calzones; calzones con abertura [ropa interior]; calzones de baño; combinaciones; combinaciones de medio cuerpo; combinaciones [ropa interior]; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior para caballeros; ropa interior para mujeres; ropa interior para bebés; ropa interior para niños; ropa interior y de dormir; zapatillas de baño; prendas de vestir transformables en vestidos; prendas para cubrir trajes de baño; trajes de baño; trajes de baño [bañadores]; trajes de baño con almohadilla absorbente incorporada; trajes de baño de una pieza; trajes de baño en forma de cola de sirena; trajes de baño para caballero; trajes de baño para caballeros; trajes de baño para niños; trajes de baño para señora; trajes de esquí; trajes de esquí de competición; trajes de esquí para competición; trajes de tres piezas; trajes de tres piezas [prendas de vestir]; trajes de tres piezas [ropa]; mallas enteras; gorros y sandalias de baño; sandalias de baño.

Resolución N° 82636

Ref. Expediente N° SD2025/0030255

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 15 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS