

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 84470

Ref. Expediente N° SD2025/0004436

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 22 de enero de 2025, SYNDY JOHANA GOMEZ RUIZ, solicitó el registro de la Marca Arabian's joyería (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1060, 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 i) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

i) puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate.

Concepto de la norma

Debe entenderse que existe engaño cuando el signo genera en la mente del consumidor una distorsión de la realidad respecto de las características del producto o servicio distinguido, siendo entonces necesario proceder a la protección del interés general del público consumidor negando la protección sobre este tipo de conjuntos marcarios.²

¹ 14: Adornos de joyería; alfileres [joyería]; amuletos [joyería]; anillos [joyería]; artículos de joyería; brazaletes [joyería]; broches [artículos de joyería]; broches [joyería]; cadenas [joyería]; camafeos [joyería]; collares [joyería]; cruces [joyería]; dijes [joyería]; joyería; perlas [joyería]; pulseras [joyería]; sortijas [joyería].

² TJCA, Proceso 35-IP- 98

Ref. Expediente N° SD2025/0004436

Así las cosas, para determinar si una marca es engañosa, es preciso relacionar el signo solicitado con los productos o servicios a distinguir, apreciar esta relación que surge entre el signo y los productos o servicios, para concluir si la información otorgada por la marca genera algún tipo de incongruencia o engaño que pueda afectar al consumidor. Es decir, se pretende que el consumidor confíe en que la información que le proporciona la marca sea correcta y no lo induzca a error sobre la calidad, composición, procedencia o aptitud para el empleo de los productos o servicios que va a consumir.

En consecuencia, la marca será engañosa cuando informe una cantidad o una naturaleza que no posee pero que sea precisamente la que atrae al consumidor. Por lo tanto, será entonces fundamental ubicar muy bien el tipo de producto al que se aplica la marca para poder lograr identificar cuál o cuáles son las características que inciden en su calidad y por las cuales el consumidor lo adquiere.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:



El cual pretende identificar los siguientes productos y/o servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

14: Adornos de joyería; alfileres [joyería]; amuletos [joyería]; anillos [joyería]; artículos de joyería; brazaletes [joyería]; broches [artículos de joyería]; broches [joyería]; cadenas [joyería]; camafeos [joyería]; collares [joyería]; cruces [joyería]; dijes [joyería]; joyería; perlas [joyería]; pulseras [joyería]; sortijas [joyería].

El signo solicitado a registro, si bien contiene elementos que pueden permitir predicar su aptitud distintiva y, por ende, permite a los consumidores asociarlo con un origen empresarial determinado, al incorporar en su conjunto expresiones que se relacionan con el posible origen del producto con capacidad de atraer al consumidor a adquirirlo, el signo solicitado resultaría engañoso, en la medida en que el producto mencionado no goza de tales condiciones.

En el presente caso, el signo está compuesto por la expresión “**ARABIAN'S**”, en combinación con el término genérico “JOYERÍA”. El elemento “**ARABIAN'S**” constituye un adjetivo gentilicio en inglés derivado de “Arabia”, región geográfica ampliamente reconocida a nivel mundial y asociada culturalmente con una rica tradición en artesanía, orfebrería, metales preciosos, piedras ornamentales y técnicas ancestrales de elaboración de joyas. El uso del sufijo posesivo inglés “s” (de Arabian's) refuerza la idea de pertenencia o procedencia de un individuo o entidad árabe.

Así, la expresión “**ARABIAN'S JOYERÍA**” genera en el público consumidor una asociación directa con productos de joyería provenientes de Arabia o elaborados por artesanos árabes, lo cual puede inducir a error o engaño respecto del verdadero origen o naturaleza cultural de los productos, especialmente si el solicitante no acredita que las joyas tienen algún vínculo material con la referida región o que se fabrican de conformidad

Resolución N° 84470

Ref. Expediente N° SD2025/0004436

con estándares, técnicas o estilos propios de dicha tradición.

Esta Dirección advierte que no obra en el expediente prueba alguna que permita sustentar la legitimidad de la evocación geográfica y cultural contenida en el signo. Por tanto, el empleo de la expresión “ARABIAN’S” resulta susceptible de inducir al consumidor a una percepción equivocada sobre el origen, la identidad del fabricante o las técnicas asociadas a los productos, circunstancia que configura una marca de carácter engañoso, prohibida por la normativa comunitaria andina.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 135 literal i) 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 Arabian’s joyería (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza³, solicitada por SYNDY JOHANA GOMEZ RUIZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a SYNDY JOHANA GOMEZ RUIZ, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

³ 14: Adornos de joyería; alfileres [joyería]; amuletos [joyería]; anillos [joyería]; artículos de joyería; brazaletes [joyería]; broches [artículos de joyería]; broches [joyería]; cadenas [joyería]; camafeos [joyería]; collares [joyería]; cruces [joyería]; dijes [joyería]; joyería; perlas [joyería]; pulseras [joyería]; sortijas [joyería].

