

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 86812

Ref. Expediente N° SD2025/0037634

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 24 de abril de 2025, '47 Brand, LLC, solicitó el registro de la Marca '47 CLEAN UP (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066, 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

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 **25:** Ropa de atletismo; gorras y sombreros de béisbol; prendas inferiores; gorras; cárdigans; bandas para abrigar las orejas; guantes; sombreros; artículos de sombrerería; chaquetas; manoplas; pantalones; jerseys [pullover]; camisas; shorts; calcetines; suéteres; pantalones de jogging; sudaderas; camisetas de tirantes; tops [prendas de vestir]; chaquetas de chándal; pantalones de deporte; zapatillas de entrenamiento; calzoncillos bóxer; trajes de baño [bañadores]; camisas de vestir; blazers; bandanas [pañuelos para el cuello]; calzado.

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° SD2025/0037634

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 solicitada

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
Mixta	CLEAN UP	MABLE S.A.	SD2024/0110534	12	3, 5, 21	Marca	Bajo Examen de Fondo Fecha de presentación: 25 de oct. 2024

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca previamente solicitada
'47 CLEAN UP	

•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° SD2025/0037634

Jurisprudencia

Comparación marcas mixtas y nominativas

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

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas. Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado **'47 CLEAN UP** hace parte del signo antecedente **CLEAN UP**, configurándose así una reproducción parcial, sin que la adición del componente numérico “47” sea suficiente para desvirtuar el riesgo de confusión, esto es, que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

Los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera desde el punto de vista fonético, al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados. Además, examinados los signos en su conjunto, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, lo que se aprecia en la sucesión de sílabas CLE-AN-UP y CLE-AN-UP, la extensión de los signos (tres sílabas) y las coincidencias en las raíces y terminaciones CLEAN UP, elemento relevante en la configuración del signo y que resalta respecto de los demás. De esta manera, el signo solicitado resulta confundible con el signo antecedente.

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.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0037634

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Ropa de atletismo; gorras y sombreros de béisbol; prendas inferiores; gorras; cárdigans; bandas para abrigar las orejas; guantes; sombreros; artículos de sombrerería; chaquetas; manoplas; pantalones; jerseys [pullover]; camisas; shorts; calcetines; suéteres; pantalones de jogging; sudaderas; camisetas de tirantes; tops [prendas de vestir]; chaquetas de chándal; pantalones de deporte; zapatillas de entrenamiento; calzoncillos bóxer; trajes de baño [bañadores]; camisas de vestir; blazers; bandanas [pañuelos para el cuello]; calzado.

El signo previamente solicitado identifica:

Expediente:

Productos:

SD2024/0110534

(3): Cera antideslizante para pisos; cera para pisos; Suavizantes para ropa; Quitamanchas; Bolsitas para perfumar la ropa; Preparaciones de limpieza; Blanqueadores para ropa /preparaciones para blanquear la ropa; Preparaciones químicas de limpieza para uso doméstico; Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; Preparaciones para limpiar, pulir, fregar y raspar; Detergentes; Detergentes, excepto los destinados a operaciones de fabricación y para fines médicos; Detergentes domésticos; detergentes líquidos; detergentes para lavavajillas; jabón líquido para lavar la ropa; desengrasantes para limpieza; productos para perfumar la ropa; productos para perfumar el ambiente.

(5): Limpiadores antisépticos; esponjas anticonceptivas; esponjas espermicidas; esponjas vulnerarias; esponjas con anticonceptivos químicos; esponjas contraceptivas químicas; esponjas impregnadas con antisépticos; esponjas impregnadas con desinfectante; esponjas para curar heridas; esponjas impregnadas con productos químicos desinfectantes para uso en hospitales; esponjas impregnadas con productos químicos desinfectantes para uso en laboratorios; esponjas impregnadas con productos químicos desinfectantes para uso en los asientos de inodoros; ambientadores (desodorantes) para el hogar; aerosoles antibacteriales; desinfectantes multiuso; desinfectantes domésticos; jabones desinfectantes; repelentes de mosquitos; insecticidas; repelentes de insectos para uso humano.

(21): Trapo de piso; Guantes domésticos multiuso; Plumeros; Porta esponjas; Porta jabón; Cepillo para vajilla; esponjas para uso

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 (dentrífico) 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° SD2025/0037634

doméstico; Material de limpieza; Trapeadores; Escobas; Mangos de escoba; Estropajos; Estropajos metálicos; Lana de acero para limpieza; Palanganas; Paños para quitar el polvo; esponjas.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados, toda vez que se trata de productos que tienen un uso conjunto, a saber las prendas de vestir (**clase 25**) con productos tales como *perfumes*, *cosméticos*, productos revindicados por la marca previamente solicitada a registro en la (**clase 3**).

Adicional a lo anterior, los productos cotejados comportan una relación de razonabilidad. En efecto, existen tendencias en el mercado en las cuales se observa que es usual que un fabricante de ropa también produzca perfumes y productos cosméticos, razón por la cual existe la probabilidad de que el consumidor crea erradamente que los productos cotejados comparten el 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 '47 CLEAN UP (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por '47 Brand, LLC, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a '47 Brand, LLC, 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 27 de octubre de 2025

⁵ **25:** Ropa de atletismo; gorras y sombreros de béisbol; prendas inferiores; gorras; cárdigans; bandas para abrigar las orejas; guantes; sombreros; artículos de sombrerería; chaquetas; manoplas; pantalones; jerseys [pullover]; camisas; shorts; calcetines; suéteres; pantalones de jogging; sudaderas; camisetas de tirantes; tops [prendas de vestir]; chaquetas de chándal; pantalones de deporte; zapatillas de entrenamiento; calzoncillos bóxer; trajes de baño [bañadores]; camisas de vestir; blazers; bandanas [pañuelos para el cuello]; calzado.

Resolución N° **86812**

Ref. Expediente N° SD2025/0037634



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

