

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 104321

Ref. Expediente N° SD2025/0053865

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 5 de junio de 2025, la sociedad DIRTY JEANS S.A.S., solicitó el registro de la Marca DIRTY JEANS (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 25 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1072, 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

¹ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

35: Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina; marketing; comercialización de productos; servicios de venta de tienda al por menor en línea que incluyen prendas de vestir; servicios de tiendas mayoristas en línea de prendas de vestir.

Ref. Expediente N° SD2025/0053865

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
Mixta	D DIRTY 1975 JEANS	Luis Eduardo Arroyave Arias	SD2018/0075113	11	25	Marca	Registrada	08/05/2029

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° SD2025/0053865

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 “DIRTY JEANS” y “D DIRT 1975 JEANS” presentan similitudes ortográficas y fonéticas significativas, que permiten concluir la existencia de riesgo de confusión o asociación empresarial en el público consumidor, en especial al considerar que el elemento denominativo es el que mayor impacto genera en la percepción del signo para el caso concreto.

Desde el plano ortográfico, se observa que el signo solicitado reproduce íntegramente la expresión “DIRTY JEANS” contenida en la marca registrada, suprimiendo los elementos accesorios “D” y “1975”, los cuales no modifican de manera sustancial la estructura visual ni la impresión global del conjunto. La coincidencia total en las palabras “DIRTY” y “JEANS” que conforman la unidad denominativa central del signo antecedente determina una identidad relevante, dado que estos vocablos son los que dominan la lectura y percepción del consumidor.

En cuanto al plano fonético, la semejanza es igualmente relevante, Ambos signos comparten la misma cadencia y ritmo articulatorio, al incluir de manera idéntica las expresiones /dɜ:rti dʒinz/ correspondientes a “DIRTY JEANS”. La supresión del fonema /di/ inicial, proveniente de la letra “D”, y de la secuencia numérica “1975”, no genera un cambio perceptible en la sonoridad global, pues el oído del consumidor tiende a concentrarse en la parte principal del signo, que se mantiene inalterada. En consecuencia, al ser pronunciados de manera sucesiva, ambos signos producen un impacto sonoro prácticamente idéntico, capaz de inducir al consumidor a interpretar que se trata de variantes de una misma marca o de líneas de productos pertenecientes al mismo origen empresarial.



Ref. Expediente N° SD2025/0053865

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:

Clase 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Clase 35: Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina; marketing; comercialización de productos; servicios de venta de tienda al por menor en línea que incluyen prendas de vestir; servicios de tiendas mayoristas en línea de prendas de vestir.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2018/0075113 Clase 25: Prendas de vestir*; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 25 internacional de las marcas confrontadas (Identidad y Razonabilidad)

Es importante señalar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios específicos, y que dentro de una misma clase pueden coexistir coberturas agrupadas principalmente por su finalidad abstracta. No obstante, en el presente caso se evidencia una conexidad competitiva por relación de género–especie y razonabilidad, dado que los productos del signo solicitado “*prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería*” comprenden de manera general los productos del signo antecedente “*prendas de vestir para hombres, mujeres y niños*”, que constituyen una especificación particular dentro del mismo género de bienes.

En efecto, estos productos pertenecen al mismo sector económico de la moda y confección, destinados a satisfacer las mismas necesidades de vestuario y uso personal. Los bienes comprendidos en la cobertura general del signo solicitado incluyen las prendas de vestir descritas en el signo antecedente, las cuales únicamente precisan el público al que se dirigen dichos productos, tratándose en todo caso de bienes esencialmente idénticos en naturaleza, función y finalidad.

Desde el criterio de razonabilidad, se advierte que los productos del signo solicitado “*calzado y artículos de sombrerería*” y los del signo antecedente guardan una vinculación comercial evidente, al formar parte del mismo sector económico de la moda y el vestuario. En el mercado, es habitual que un mismo empresario o grupo económico ofrezca de manera conjunta prendas de vestir, calzado y accesorios como sombreros, bajo una misma marca o línea comercial, pues todos se orientan a satisfacer la misma necesidad estética y funcional de vestir y complementar la apariencia personal.

Asimismo, estos productos comparten canales de comercialización (tiendas de ropa, boutiques, almacenes por departamentos, plataformas en línea) y se dirigen al mismo

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0053865

público consumidor, lo que hace razonable que el consumidor atribuya un mismo origen empresarial o control común a los bienes así identificados.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 25, con los servicios de la clase 35 internacional (Razonabilidad)

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando el consumidor, atendiendo a la realidad del mercado, puede asumir como razonable que los productos o servicios provienen del mismo empresario. En este sentido, se advierte que los productos del signo solicitado guardan una relación directa y complementaria con los servicios del signo antecedente *“publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; marketing; comercialización de productos; servicios de venta al por menor y mayor en línea de prendas de vestir”*, dado que estos últimos se orientan precisamente a la promoción, distribución y comercialización de los productos de la clase 25, integrándose dentro de un mismo circuito económico y comercial propio del sector de la moda y el vestuario.

Resulta habitual que un mismo empresario o grupo económico identifique con una sola marca tanto los productos de confección como los servicios asociados a su venta y promoción, especialmente en el sector de la moda, donde la actividad empresarial suele integrar las etapas de diseño, producción, publicidad y comercialización bajo un mismo signo distintivo. Por esta razón, el consumidor promedio puede razonablemente suponer un mismo origen empresarial para quien fabrique o distribuya prendas de vestir y quien ofrece servicios de venta, marketing o publicidad de dichos productos.

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 DIRTY JEANS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la sociedad DIRTY JEANS S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca DIRTY JEANS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por la sociedad DIRTY JEANS S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁵ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

⁶ 35: Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina; marketing; comercialización de productos; servicios de venta de tienda al por menor en línea que incluyen prendas de vestir; servicios de tiendas mayoristas en línea de prendas de vestir.

Resolución N° 104321

Ref. Expediente N° SD2025/0053865

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a la sociedad DIRTY JEANS S.A.S., 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 10 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS