

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 8950

Ref. Expediente N° SD2025/0040149

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 9 de junio de 2025, Claudia Paipa Rodríguez, solicitó el registro de la Marca **VENCEDORA ART & JEWELRY** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1070, 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 **14:** Bisutería [joyería]; anillos [artículos de joyería y de bisutería]; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; brazaletes [artículos de joyería y de bisutería]; broches [artículos de joyería y de bisutería]; cadenas [artículos de joyería y de bisutería]; collares [artículos de joyería y de bisutería]; dijes [artículos de joyería y de bisutería]; pulseras [artículos de joyería y de bisutería]; medallones [joyería y artículos de bisutería]; medallones [artículos de joyería y de bisutería]; sortijas [artículos de joyería y de bisutería]; hilados de metales preciosos [artículos de joyería y de bisutería]; medallones en cuanto colgantes [artículos de joyería y de bisutería]; alfileres [artículos de joyería y de bisutería]; anillos [joyería y artículos de bisutería]; brazaletes [joyería y artículos de bisutería]; broches [joyería y artículos de bisutería]; cadenas [joyería y artículos de bisutería].

Ref. Expediente N° SD2025/0040149

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 marcas previamente registradas

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	O	Pandora A/S	SD2020/0018283	11	14	Marca	Registrada
Mixta	PANDORA SOMETHING ABOUT YOU	Pandora A/S	SD2020/0018227	11	14	Marca	Registrada
Nominativa	PANDORA MOMENTS	Pandora A/S	SD2019/0069912	11	14	Marca	Registrada
Nominativa	PANDORA ME	Pandora A/S	SD2020/0020078	11	14	Marca	Registrada
Mixta	O	PANDORA A/S	SD2025/0016712	12	14, 35	Marca	Registrada
Mixta	PANDORA	PANDORA A/S	SD2025/0016598	12	14, 35	Marca	Bajo Examen de Fondo
Mixta	PANDORA	Pandora A/S	SD2020/0020083	11	14, 35	Marca	Registrada
Nominativa	PANDORA REFLEXIONS	Pandora A/S	SD2018/0080168	11	14	Marca	Registrada

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° SD2025/0040149

Mixta	O	Pandora A/S	13105930	10	14	Marca	Registrada
Mixta	PANDORA	Pandora A/S	12196632	9	14, 35	Marca	Negada
Nominativa	PANDORA	PANDORA A/S	11024875	9	14	Marca	Registrada
Mixta	PANDORA UNFORGETTABLE MOMENTS	PANDORA A/S	15088262	10	35	Marca	Registrada
Nominativa	PANDORA SHINE	Pandora A/S	SD2018/0016387	11	14	Marca	Registrada
Mixta	PANDORA	PANDORA A/S	16134171	10	35	Marca	Registrada
Nominativa	PANDORA	PANDORA A/S	16134158	10	35	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:



Ref. Expediente N° SD2025/0040149

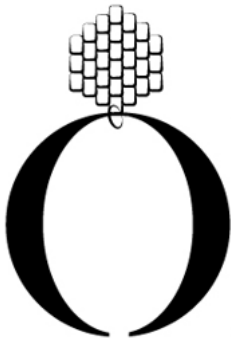
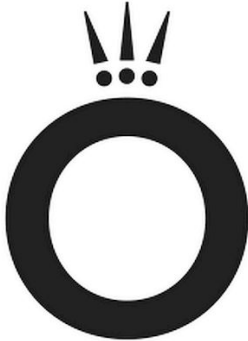
“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes 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 observa que los signos confrontados presentan semejanzas en el aspecto visual debido a que las diferencias en sus trazos son secundarias. De esta manera, en una visión de conjunto los consumidores se dejan llevar por impresiones generales entre los signos, que en este caso determinan la confundibilidad.

Las marcas comparadas contienen en su elemento denominativo la letra “O” la cual evocan la idea de un anillo con una piedra o corona en la parte superior.

Fácilmente el consumidor pensará que se trata de un mismo origen empresarial, o bien que se trata de una nueva presentación de las marcas previamente registradas, cómo se demostrará a continuación:

Elemento confundible en la marca solicitada	Elemento confundible en las marcas registradas
	

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:

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



Ref. Expediente N° SD2025/0040149

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

14: Bisutería [joyería]; anillos [artículos de joyería y de bisutería]; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; brazaletes [artículos de joyería y de bisutería]; broches [artículos de joyería y de bisutería]; cadenas [artículos de joyería y de bisutería]; collares [artículos de joyería y de bisutería]; dijes [artículos de joyería y de bisutería]; pulseras [artículos de joyería y de bisutería]; medallones [joyería y artículos de bisutería]; medallones [artículos de joyería y de bisutería]; sortijas [artículos de joyería y de bisutería]; hilados de metales preciosos [artículos de joyería y de bisutería]; medallones en cuanto colgantes [artículos de joyería y de bisutería]; alfileres [artículos de joyería y de bisutería]; anillos [joyería y artículos de bisutería]; brazaletes [joyería y artículos de bisutería]; broches [joyería y artículos de bisutería]; cadenas [joyería y artículos de bisutería].

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente: SD2020/0018283, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería; piedras preciosas y semipreciosas; estrás; artículos de joyería de metales preciosos, piedras preciosas, perlas, piedras preciosas o semipreciosas naturales o artificiales y sus imitaciones; gemelos de camisa; alfileres de adorno; estuches de joyería; dijes para llaveros; llaveros; llaveros; cierres para artículos de joyería; cajas para joyas; alfileres de corbata; pasadores de corbata; colgantes [joyería]; dijes [joyería]; adornos [artículos de joyería]; artículos de joyería para calzado; artículos de joyería para animales de compañía; llaveros como artículos de joyería [llaveros de fantasía]; adornos para la ropa o los bolsos en forma de artículos de joyería; artículos ornamentales [dijes o joyería] para uso personal.

Expediente: SD2020/0018227, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería; piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cromométricos; estrás; artículos de joyería de metales preciosos, piedras preciosas, perlas, piedras preciosas o semipreciosas naturales o artificiales y sus imitaciones; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para artículos de joyería y relojes; dijes para llaveros; llaveros; llaveros; cierres para artículos de joyería; cajas para joyas; alfileres de corbata; pasadores de corbata; colgantes [joyería]; dijes [joyería]; adornos [artículos de joyería]; artículos de joyería para calzado; artículos de joyería para animales de compañía; llaveros como artículos de joyería [llaveros de fantasía]; adornos para la ropa o los bolsos en forma de artículos de joyería; artículos ornamentales [dijes o joyería] para uso personal.

Expediente: SD2019/0069912, Clase 14: Artículos de joyería; estrás; gemas, perlas y metales preciosos, así como sus imitaciones; piedras preciosas naturales o artificiales y piedras semipreciosas naturales o artificiales; gemas naturales o artificiales; artículos de joyería con piedras artificiales, cristales y piedras cúbicas o fabricados por personas; adornos; adornos de metales preciosos o chapados; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para artículos de joyería y relojes.

Expediente: SD2020/0020078, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería; piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos

(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.

Resolución N° 8950

Ref. Expediente N° SD2025/0040149

cronométricos; estrás; artículos de joyería de metales preciosos, gemas, perlas, naturales o artificiales, piedras semipreciosas o preciosas y sus imitaciones; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para artículos de joyería y relojes; dijes para llaveros; llaveros; llaveros; cierres para artículos de joyería; cajas para joyas; alfileres de corbata; pasadores de corbata..

Expediente: SD2025/0016712, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería; piedras preciosas y semipreciosas; instrumentos de relojería y cronométricos; estrás; artículos de joyería de metales preciosos, piedras preciosas, perlas, piedras preciosas naturales o artificiales o piedras semipreciosas y sus imitaciones; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para joyas y relojes; dijes para llaveros; llaveros; cadenas para llaves; cierres para artículos de joyería; cajas para joyas; alfileres de corbata; pasadores de corbata; colgantes [joyería]; dijes de joyería; adornos [artículos de joyería]; artículos de joyería para zapatos; artículos de joyería para animales de compañía; llaveros como artículos de joyería [llaveros de fantasía]; decoración para prendas de vestir y bolsos en forma de artículos de joyería; artículos ornamentales [dijes o joyería] para uso personal; dijes para relojes.

Expediente: SD2025/0016712, Clase 35: Servicios de venta minorista y mayorista de productos de tocador y cosméticos, artículos de óptica, artículos de joyería, artículos de papelería, bolsos, artículos domésticos y de cocina, accesorios para el cabello, papel pintado, esteras, prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería, juegos, juguetes y artículos de juego, y decoraciones para fiestas; publicidad; gestión de negocios comerciales, organización comercial y administración comercial; trabajos de oficina; administración de programas de fidelización de clientes; promoción de ventas mediante programas de fidelización de clientes; servicios de programas de fidelización, incentivación y bonificación; administración de programas de afiliación; presentación de productos en todo tipo de medios de comunicación para su venta minorista; servicios publicitarios; demostración de productos; organización de desfiles de moda con fines promocionales; gestión comercial de licencias de productos y servicios para terceros; marketing; promoción de ventas para terceros; demostración de productos y servicios por medios electrónicos, asimismo para servicios de telecompra y teletienda; puesta a disposición de mercados en línea para compradores y vendedores de productos y servicios; tramitación administrativa de pedidos de compra; búsqueda de patrocinadores; alquiler de puestos de venta.

Expediente: SD2025/0016598, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería; piedras preciosas y semipreciosas; instrumentos de relojería y cronométricos; estrás; artículos de joyería de metales preciosos, piedras preciosas, perlas, piedras preciosas naturales o artificiales o piedras semipreciosas y sus imitaciones; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para joyas y relojes; dijes para llaveros; llaveros; cadenas para llaves; cierres para artículos de joyería; cajas para joyas; alfileres de corbata; pasadores de corbata; colgantes [joyería]; dijes de joyería; adornos [artículos de joyería]; artículos de joyería para zapatos; artículos de joyería para animales de compañía; llaveros como artículos de joyería [llaveros de fantasía]; decoración para prendas de vestir y bolsos en forma de artículos de joyería; artículos ornamentales [dijes o joyería] para uso personal; dijes para relojes.

Expediente: SD2025/0016598, Clase 35: Servicios de venta minorista y mayorista de productos de tocador y cosméticos, artículos de óptica, artículos de joyería, artículos de papelería, bolsos, artículos domésticos y de cocina, accesorios para el cabello, papel pintado, esteras, prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería, juegos, juguetes y artículos de juego, y decoraciones para fiestas; publicidad; gestión de negocios

Ref. Expediente N° SD2025/0040149

comerciales, organización comercial y administración comercial; trabajos de oficina; administración de programas de fidelización de clientes; promoción de ventas mediante programas de fidelización de clientes; servicios de programas de fidelización, incentivación y bonificación; administración de programas de afiliación; presentación de productos en todo tipo de medios de comunicación para su venta minorista; servicios publicitarios; demostración de productos; organización de desfiles de moda con fines promocionales; gestión comercial de licencias de productos y servicios para terceros; marketing; promoción de ventas para terceros; demostración de productos y servicios por medios electrónicos, asimismo para servicios de telecompra y teletienda; puesta a disposición de mercados en línea para compradores y vendedores de productos y servicios; tramitación administrativa de pedidos de compra; búsqueda de patrocinadores; alquiler de puestos de venta.

Expediente: SD2020/0020083, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería; piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos; estrás; artículos de joyería de metales preciosos, gemas, perlas, naturales o artificiales, piedras semipreciosas o preciosas y sus imitaciones; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para artículos de joyería y relojes; dijes para llaveros; llaveros; llaveros; cierres para artículos de joyería; cajas para joyas; alfileres de corbata; pasadores de corbata; colgantes [joyería]; dijes [joyería]; adornos [artículos de joyería]; artículos de joyería para calzado; artículos de joyería para animales de compañía; llaveros como artículos de joyería [llaveros de fantasía]; adornos de bolsos y prendas de vestir en forma de artículos de joyería; artículos ornamentales [dijes o joyería] para uso personal.

Expediente: SD2020/0020083, Clase 35: Venta minorista, operaciones de venta minorista, venta mayorista, promoción y venta minorista y mayorista en línea [Internet] en relación con artículos de joyería, relojes, joyeros y otros accesorios de moda; servicios de venta mayorista y minorista relacionados con artículos de joyería y otros accesorios de moda; servicios de venta mayorista y minorista en línea relacionados con artículos de joyería y otros accesorios de moda; asistencia, asesoramiento y consultoría de negocios y consultoría y asistencia de negocios para el establecimiento de puntos de venta minoristas; consultoría y asistencia de negocios relacionadas con la puesta en marcha y la explotación de franquicias; asistencia sobre la gestión de negocios comerciales en el marco de contratos de franquicia; servicios de asistencia relacionados con la comercialización de productos en el marco de contratos de franquicia; administración de programas de fidelización de clientes.

Expediente: SD2018/0080168, Clase 14: Artículos de joyería; estrás; gemas, perlas y metales preciosos, así como sus imitaciones; piedras preciosas naturales o artificiales y piedras semipreciosas naturales o artificiales; gemas naturales o artificiales; artículos de joyería con piedras artificiales, cristales y piedras cúbicas o fabricados por personas; adornos; adornos de metales preciosos o chapados; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para artículos de joyería y relojes.

Expediente:13105930, Clase 14: Artículos de metales preciosos y sus aleaciones; diamantes; brillantes; piedras preciosas; adornos de metales preciosos o de chapado (no comprendidos en otras clases); artículos de joyeros y artículos de joyería y bisutería; gemelos de camisa y alfileres de corbata; artículos de joyería enchapados en metales preciosos; estuches y otros recipientes especialmente diseñados para artículos de joyería.

Expediente:12196632, Clase 14: Artículos de metales preciosos y sus aleaciones; diamantes; brillantes; piedras preciosas; adornos de metales preciosos o de chapado (no comprendidos en otras clases); joyas y obras de joyería; gemelos de camisa y alfileres de

Resolución N° 8950

Ref. Expediente N° SD2025/0040149

corbata; relojes de pulsera; relojes; pulseras de reloj; artículos de joyería enchapados en metales preciosos; estuches y otros recipientes especialmente diseñados para relojes y artículos de joyería.

Expediente:12196632, Clase 35: Actividades de publicidad y promoción; asistencia en administración y dirección de empresas; asistencia en gestión de trabajos de oficina, empresas de venta mayorista y minorista, promoción de ventas (para terceros).

Expediente:11024875, Clase 14: Productos en metales preciosos y sus aleaciones; diamantes; brillantes; piedras preciosas; adornos en metales preciosos cubiertos con ellos (no incluidos en otras clases); trabajo de joyeros y joyería; mancornas y pisa corbatas; relojes de pulso; relojes; pulsos para reloj; bisutería cubierta con metales preciosos; estuches y otras cajillas diseñadas especialmente para relojes y joyería.

Expediente:15088262, Clase 35: Servicios de joyería al por menor, servicios de franquicia y venta en línea.

Expediente:SD2018/0016387, Clase 14: Artículos de joyería; estrás; piedras finas, perlas y metales preciosos y sus imitaciones, piedras preciosas naturales o artificiales y piedras semipreciosas naturales o artificiales; gemas naturales o artificiales; artículos de joyería con piedras artificiales, cristales y piedras cúbicas o fabricados por personas; adornos; adornos de metales preciosos o chapados; gemelos de camisa; alfileres de adorno; relojes de uso personal; correas de reloj; cadenas de reloj; estuches para artículos de joyería y relojes.

Expediente:16134171, Clase 35: Servicios al por menor, incluyendo ventas en línea en relación con joyería; consultoría y asistencia a franquiciador en relación con el funcionamiento de los establecimientos de franquicia.

Expediente:16134158, Clase 35: Servicios al por menor, incluyendo ventas en línea en relación con joyería; consultoría y asistencia a franquiciador en relación con el funcionamiento de los establecimientos de franquicia.

Conexidad competitiva clase 14

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases 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 del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase 14 del nomenclador internacional.

Existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de productos y/o servicios cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

Dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos y/o servicios, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Resolución N° 8950

Ref. Expediente N° SD2025/0040149

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 **VENCEDORA ART & JEWELRY** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Claudia Paipa Rodríguez, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Claudia Paipa Rodríguez, 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 11 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS