

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 16869

Ref. Expediente N° SD2025/0039810

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 30 de abril de 2025, INDUSTRIAS FRAGMACOL INC S.A.S., solicitó el registro de la Marca PALMEIRA (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. 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 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: Zapatos; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Ref. Expediente N° SD2025/0039810

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	Vigencia
Nominativa	ALMEIRA	CARIBEAN SHOES INTERNATIONAL S.A.S.	SD2017/0033652	11	25	Marca	Registrada	09 nov. 2027
Mixta	PALMERA ROSADA	CJJ GROUP S.A.S.	SD2020/0051704	11	18, 25	Marca	Registrada	25 nov. 2030

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° SD2025/0039810

El signo solicitado	Las marcas registradas
	PALMERA ROSADA ALMEIRA

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado sobre las marcas mixtas que:

“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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Por otra parte, en el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado sobre el análisis entre signos denominativos y mixtos 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



Ref. Expediente N° SD2025/0039810

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 encuentra que entre los signos confrontados PALMEIRA y la marca PALMERA ROSADA existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente, haciendo énfasis en el punto de vista denominativo, el cual es el elemento predominante por cuanto son las palabras las que causan un mayor impacto en la mente del consumidor en el caso concreto.

En efecto, los signos son semejantes en el campo ideológico, al evocar una idea o concepto similar. Por un lado, “PALMEIRA” es una palabra que traducida del idioma portugués traduce “PALMERA”⁴, concepto que evoca la misma idea de la denominación del signo solicitado, esto es, PALMERA, que conforme al diccionario de la Real Academia Española es “*f. Planta de la familia de las palmas, que crece hasta 20 m de altura, con tronco áspero, cilíndrico y de unos 30 cm de diámetro, copa sin ramas y formada por las hojas, que son pecioladas, de tres a cuatro metros de largo, con el nervio central recio, leñoso, de sección triangular y partidas en muchas lacinias, duras, correosas, puntiagudas, de unos 30 cm de largo y 2 de ancho; flores amarillentas, dioicas, y por fruto los dátiles, en grandes racimos que penden a los lados del tronco, debajo de las hojas.*”⁵.

Así, ambos signos evocan el concepto de la PALMERA para identificar los productos de la clase 25. A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas.

En cuanto a la comparación entre el signo PALMEIRA y ALMEIRA, esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles en su conjunto, al realizar el análisis comparativo de acuerdo con establecido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en la jurisprudencia previamente citada.

En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce parcialmente la parte relevante del signo antecedente, concretamente las siguientes consonantes y vocales, a saber: “A-L-M-E-I-R-A” bajo el mismo orden y disposición.

Ahora bien, al pronunciar los vocablos PALMEIRA y ALMEIRA de manera sucesiva no simultánea generan un impacto sonoro símil, al estar integrados por igual número sílabas (3), tener igual sucesión consonántica “L-M-R” “L-M-R” y vocálica “A-E-I-A”, sin que la adición de la consonante P en la raíz sea derrotero diferenciador, pues dadas las similitudes denotadas es posible que el consumidor interprete que se encuentra ante una variación de la marca que ya conoce.

En consecuencia, se evidencia una coincidencia relevante en el elemento gráfico predominante de ambos signos, consistente en la representación de una palmera con características visuales similares, lo cual genera una impresión de conjunto semejante. Esta circunstancia genera el riesgo de confusión en el consumidor medio.

⁴ Recuperado de: <https://diccionario.reverso.net/portugues-espanol/PALMEIRA>

⁵ Recuperado de: <https://dle.rae.es/palmera?m=form>

Ref. Expediente N° SD2025/0039810

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 servicios⁶.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Zapatos; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Producto y/o servicios
SD2017/0033652	(25): Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.
SD2020/0051704	(25): Bodis [ropa interior]; combinaciones [ropa interior]; corsés [ropa interior]; escudetes para ropa interior [partes de prendas de vestir]; fajas [ropa interior]; ligas [ropa interior]; manípulos [ropa litúrgica]; mitras [ropa litúrgica]; ropa de atletismo; ropa para automovilistas; ropa de baile; ropa de bebé; ropa de bebé para la parte inferior del cuerpo; ropa de bebé para la parte superior del cuerpo; ropa de béisbol; ropa de cachemira; ropa para ciclistas; ropa de confección; ropa de cuero; ropa de cuero de imitación; ropa de cuero o de cuero de imitación; ropa de deporte; ropa de dormir; ropa de dormir para embarazadas; ropa de embarazadas; ropa de esquí; ropa de estar en casa; ropa de etiqueta; ropa exterior; ropa exterior para la intemperie; ropa de felpa; ropa de gimnasia; ropa de golf, que no sean guantes; ropa impermeable; ropa informal; ropa interior; ropa interior absorbente del sudor; ropa interior desechable; ropa interior de hombre; ropa interior de mujer; ropa interior térmica; ropa para juegos de lucha; ropa de lana; ropa de lluvia; ropa de motociclismo; ropa de niña; ropa de niño; ropa de ocio; ropa de papel; ropa de patinaje artístico; ropa de playa; ropa de seda; ropa de surf; ropa de tenis; ropa de trabajo; ropa de triatlón; ropa de yudo; shorties [ropa interior]; sujetadores bandeau [ropa interior]; ajuares de bebé [prendas de

⁶ 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° SD2025/0039810

vestir]; bandas abdominales para embarazadas [prendas de vestir]; bandas para la cabeza [prendas de vestir]; bodys [prendas de vestir]; bolsillos de prendas de vestir; calcetines de vestir, de hombre; camisas de vestir; cinturones [prendas de vestir]; cinturones de materias textiles [prendas de vestir]; cinturones monedero [prendas de vestir]; cinturones de tela [prendas de vestir]; conjuntos para jugar [prendas de vestir]; conjuntos de vestir; corpiños interiores o de vestir; delantales [prendas de vestir]; escudetes [partes de prendas de vestir]; escudetes para bañadores [partes de prendas de vestir]; escudetes para leotardos [partes de prendas de vestir]; escudetes para medias [partes de prendas de vestir]; escudetes para pantis [partes de prendas de vestir]; forros confeccionados [partes de prendas de vestir]; gabardinas [prendas de vestir]; gorros para fiestas [prendas de vestir]; guantes [prendas de vestir]; guardapolvos [prendas de vestir]; jerseys [prendas de vestir]; manguitos [prendas de vestir]; manguitos calentadores [prendas de vestir]; monos [prendas de vestir]; nanas para bebés [prendas de vestir]; orejeras [prendas de vestir]; partes de prendas de vestir, a saber, escudetes para axilas; pañuelos [prendas de vestir]; pañuelos de bolsillo [prendas de vestir]; pañuelos para la cabeza [prendas de vestir]; pieles [prendas de vestir]; prendas de vestir para actividades al aire libre; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas de vestir cortaviento; prendas de vestir para el cuello; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir impermeables; prendas de vestir para la intemperie; prendas de vestir japonesas tradicionales; prendas de vestir de lino; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir de napa; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para niños pequeños; prendas de vestir de peletería; prendas de vestir resistentes al agua; prendas de vestir tejidas; prendas de vestir térmicas; prendas de vestir*; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería para bebés y niños pequeños; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; prendas de vestir, que no sean de protección, con elementos o materiales reflectantes o fluorescentes; puños [prendas de vestir]; sombreros de papel [prendas de vestir]; sombreros de papel utilizados como prendas de vestir; tirantes para sujetadores [partes de prendas de vestir]; tocas [prendas de vestir]; toquillas [prendas de vestir]; trajes de tres piezas [prendas de vestir]; zapatos de vestir; bailarinas [zapatos planos]; botas y zapatos; clavos para zapatos de golf; cubrezapatos de papel para proteger los pies y los calcetines al pasar por el detector de metales; guarniciones metálicas de protección para zapatos y botas; herrajes metálicos para botas y zapatos; lengüetas o tirantillos para zapatos y botas; plantillas para botas y zapatos; plantillas para zapatos; suelas para remendar zapatos; tiras para zapatos; zapatos de baile de salón; zapatos para bebés; zapatos de claqué; zapatos de conducir; zapatos de cuero; zapatos de golf; zapatos de goma; zapatos para hombres; zapatos informales; zapatos para juego de bolos; zapatos de montar; zapatos náuticos; zapatos de pesca con caña; zapatos planos; zapatos para señora; zapatos de tacón; zapatos y botas para niños pequeños; zapatos*; palas de rota tejida para sandalias de estilo japonés; palas para sandalias de estilo japonés; sandalias; sandalias de baño; sandalias de cuero de estilo japonés; sandalias de fieltro de estilo japonés; sandalias para pedicura; soportes de madera para sandalias

Ref. Expediente N° SD2025/0039810

japonesas; suelas para sandalias de estilo japonés; tiras separadoras de dedos para zori [sandalias de estilo japonés]; zori [sandalias de estilo japonés]; zuecos y sandalias de estilo japonés; tacones; blusas; blusas camiseras; camisetas [de manga corta]; camisetas acolchadas de deporte; camisetas de cuello perkins; camisetas de cuello alto; camisetas de deporte; camisetas de deporte sin mangas; camisetas de deporte transpirables; camisetas interiores; camisetas interiores térmicas; camisetas de manga corta; camisetas de manga corta estampadas; camisetas de manga larga; camisetas sin mangas; camisetas ombligueras; camisetas de piqué; camisetas de rugby; camisetas de tirantes; camisetas de voleibol; camisetas de yoga; juban [camisetas interiores para quimonos]; koshimaki [camisetas interiores para quimonos]; réplicas de camisetas, pantalones cortos y calcetines de fútbol; réplicas de camisetas, pantalones cortos y calcetines de fútbol americano; medias absorbentes del sudor; medias de cuerpo entero; medias*; refuerzos de talón para medias; tangas; tangas hilo dental; cuellos para vestidos; vestidos; vestidos de ceremonia para señora; vestidos de dama de honor; vestidos de fiesta; vestidos de futura mamá; vestidos hawaianos [muu-muus]; vestidos largos; vestidos para mujeres; vestidos de noche; vestidos de novia; vestidos de piel; vestidos playeros; vestidos sueltos; vestidos de tenis; antideslizantes para el calzado; calzado para actividades deportivas; calzado de atletismo; calzado de baile; calzado de balonmano; calzado para bebés; calzado de boxeo; calzado de béisbol; calzado para caballeros; calzado de ciclista; calzado de deporte; calzado de escalada; calzado excepto calzado ortopédico; calzado de hockey sobre hierba; calzado informal; calzado de lona; calzado de madera; calzado de montaña; calzado para niños pequeños; calzado de playa; calzado que no sea de deporte; calzado para señora; calzado para señoras y caballeros; calzado de trabajo; calzado*; calzados para esquiar con planchas; contrafuertes para el calzado; cubrecalzado; herrajes para el calzado; jikatabi [calzado japonés de trabajo con separación de dedos]; palas de calzado; plantillas de calzado; punteras [partes de calzado]; punteras de calzado; punteras reforzadas para el calzado; suelas [calzado]; tacos para calzado de deporte; viras de calzado; waraji [calzado japonés de paja de arroz]; zuecos [calzado]; artículos de sombrerería de materias textiles térmicas; conjuntos de camión corto y short; conjuntos de jersey y chaqueta; conjuntos de kendo; conjuntos de patinaje; conjuntos de short y camiseta; camiones; chaquetas y pantalones impermeables; pantalones; pantalones acolchados de deporte; pantalones bombachos; pantalones de boxeo; pantalones de camuflaje; pantalones cargo; pantalones de caza; pantalones cortaviento; pantalones cortos; pantalones cortos acolchados de deporte; pantalones cortos de golf; pantalones de cuero; pantalones de deporte transpirables; pantalones elásticos; pantalones de esquí; pantalones para estar en casa; pantalones de golf; pantalones informales; pantalones de jogging; pantalones de lluvia; pantalones de montar; pantalones para la nieve; pantalones para niños pequeños; pantalones para personal de enfermería; pantalones pirata; pantalones de snowboard; pantalones vaqueros; pantalones y monos de tela vaquera; pantalones de yoga; sobrepantalones; trabillas de pie para pantalones; trajes de espaldas y pantalones anchos [trajes zoot]; armaduras de sombreros;

Ref. Expediente N° SD2025/0039810

sombreros; sombreros para bebés, niños pequeños y niños; sombreros de copa; sombreros de lana; sombreros de lluvia; sombreros de piel; suge-gasa [sombreros de juncia]; boas [bufandas]; bufandas de seda; chaquetas; chaquetas de ante; chaquetas acolchadas; chaquetas de camuflaje; chaquetas de caza; chaquetas de chándal; chaquetas cortaviento; chaquetas de cuero; chaquetas deportivas; chaquetas de esquí; chaquetas impermeables; chaquetas largas; chaquetas de lluvia; chaquetas sin mangas; chaquetas de motociclista; chaquetas de pesca; chaquetas de pescador; chaquetas de piel; chaquetas de plumas; chaquetas de punto; chaquetas reflectantes; chaquetas reversibles; chaquetas de snowboard; chaquetas de sport; chaquetas de tela vaquera; chaquetas de traje; forros para chaquetas; plantillas que no sean ortopédicas; tops; tops sin espalda; tops sin tirantes; abrigos; abrigos de algodón; abrigos de cuero; abrigos impermeables; abrigos de invierno; abrigos de montar; abrigos de piel; abrigos reflectantes; abrigos de tela vaquera; blazers; escudetes para calcetines tobilleros; partes inferiores de pijamas; pijamas; pijamas de punto; camisas de camuflaje; camisas de caza; camisas de cuello abierto; camisas deportivas; camisas deportivas de manga corta; camisas de golf; camisas hawaianas; camisas hawaianas abotonadas delante; camisas informales de manga corta; camisas de manga corta; camisas de manga larga; camisas de pesca; camisas de punto; camisas de sport; camisas tejidas; camisas para trajes; camisas*; canesúes de camisa; pecheras de camisa; sobrecamisas; tirillas [para cuellos de camisa]; bandanas [pañuelos para el cuello]; pañuelos para el cuello; pañuelos para el cuello de fular; pañuelos de cuello de hombre; pañuelos de hombre para el cuello; chalecos; chalecos acolchados; chalecos de camuflaje; chalecos de caza; chalecos cortaviento; chalecos de entrenamiento para fútbol; chalecos de entrenamiento para fútbol americano; chalecos de forro polar; chalecos de plumón; chalecos de punto; chalecos térmicos acolchados; chales; trajes de chaqueta de mujer; zapatillas de tenis; artículos de sombrerería de cuero; cinturones de cuero [vestimenta]; cinturones de cuero de imitación; guantes de piel o de cuero; pantuflas de cuero; trajes de cuero; sudaderas; sudaderas con capucha; bodys para bebés; bragas short; faldas short; monoshorts; shorts; shorts de chándal; shorts de forro polar; shorts de marcha; shorts de rugby; shorts de surf; batas [guardapolvos]; batas [saltos de cama]; batas para estar en casa; batas de laboratorio; batas de peluquero; batas para personal de enfermería; corbatas; corbatas de cordel; haori [batas cortas para llevar sobre el kimono]; haori-himo [cordones para ajustar batas japonesas]; nemaki [batas japonesas de dormir]; datejime [ceñidores interiores para kimonos]; kimonos; koshihimo [cordones para ajustar el kimono a la cintura]..

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

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos o servicios 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.

Ref. Expediente N° SD2025/0039810

No obstante, no hay duda de la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos. En efecto, se puede observar que las marcas identifican prendas de vestir, calzado, por lo cual el consumidor puede elegir entre unos u otros para satisfacer la misma necesidad.

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 PALMEIRA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por INDUSTRIAS FRAGMACOL INC S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a INDUSTRIAS FRAGMACOL INC S.A.S., 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 10 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ 25: Zapatos; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños