

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 21969

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 16 de febrero de 2025, la señora **Ines Galvis**, solicitó el registro de la Marca **Galvhen GHK Klain (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062 del 27 de marzo de 2025, la sociedad **Calvin Klein Trademark Trust** presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“La marca solicitada es una marca mixta compuesta por las palabras Galvhen Klain, las cuales constituyen una reproducción de las marcas CALVIN KLEIN de mi representada; no es necesario entonces analizar con profundidad un hecho tan evidente como que la contraparte busca obtener un registro marcario similarmente confundible a las marcas reconocidas de CALVIN KLEIN.

La marca solicitada Galvhen Klain, reproduce las letras CLV y la palabra KLEIN a la cual solo le cambia la vocal e por la vocal a, lo que hace que visual y ortográficamente sean casi idénticas y demuestra el inminente riesgo de confusión para los consumidores.

(...)

Teniendo en cuenta que existe identidad ortográfica, existe también identidad fonética ya que su pronunciación es casi la misma, generando los mismos fonemas en su pronunciación y en la mente del consumidor.

(...)

Al existir identidad gramatical y fonética, conceptualmente viene la idea a la mente del consumidor los productos distinguidos con la reconocida marca CALVIN KLEIN y se imprime en la mente del consumidor la idea de que se trata de la misma marca o una nueva versión de esta, generando confusión para los consumidores.

(...)

En el presente caso el elemento principal de la marca solicitada es “GALVHEN KLAİN”, la cual es una reproducción de la marca registrada CALVIN KLEIN, lo que hace que la marca solicitada no sea realmente distintiva e inconfundible, sino por el contrario, es claro que pretende utilizar de forma idéntica una marca ya existente y debidamente registrada.

Con base en este análisis comparativo de las marcas se concluye que la marca

¹ 25: Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

solicitada es totalmente confundible con las marcas registradas por mi mandante, lo cual es asimismo susceptible de generar confusión e inducir a error al público consumidor tanto de manera directa como de manera indirecta.

(...)

Como se puede apreciar, los productos que identifica la marca solicitada a saber “prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.”, son los mismos productos que identifican las marcas registradas CALVIN KLEIN (Nominativas) de mi representada en la misma clase 25 y vinculadas clases 18 y 24 .

Adicionalmente, los productos comparten los mismos canales de comercialización y distribución y están íntimamente relacionados con la actividad comercial del empresario, lo que induciría al consumidor a error sobre el origen empresarial de los productos, generando también una confundibilidad indirecta.

Es así entonces como la marca solicitada reproduce completamente las marcas registradas, lo que hace evidente la confundibilidad entre las marcas en conflicto más la íntima vinculación de los productos y servicios ofrecidos con una y otra marca, lo cual hace que la marca solicitada no sea susceptible de registro en Colombia, para identificar los productos de la clase 25 internacional, según lo establecido por el artículo 136 de la Decisión Andina 486.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la señora **Ines Galvis**, no dio respuesta a la oposición.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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,

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. (...).”

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

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

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Nominativa	CALVIN KLEIN	CALVIN KLEIN TRADEMARK TRUST	922551253	7	3	Marca	22/12/2034	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		9225512425	7	25	Marca	26/12/2035	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		14038517	10	8, 20, 21, 26, 27, 35	Marca	30/04/2035	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		97018713	7	42	Marca	11/!2/2027	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		96009315	7	14	Marca	23/08/2026	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		96026510	7	18	Marca	29/11/2026	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		97018714	7	24	Marca	13/04/2028	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		97018709	7	16	Marca	13/04/2028	Registrada
Nominativa	CALVIN KLEIN		96019692	7	9	Marca	29/11/2026	Registrada

Familia de marcas:

El hecho que la sociedad **Calvin Klein Trademark Trust**, incluya de forma reiterada la misma expresión **CALVIN KLEIN** en buena parte de sus marcas nos hace concluir que

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° SD2025/0009791

estamos en presencia de una familia de marcas entendida esta como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común un conjunto de productos y servicios con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

La protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un término común, y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo prefijo para productos y/o servicios similares o relacionados tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos y servicios que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto y/o servicio bajo la calidad que ya conoce.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

“En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión”⁴.

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial, con el fin de proteger al titular de esta y a los consumidores.

Facultad oficiosa de la Administración del signo solicitado para distinguir productos de la Clase 25 Internacional.

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que el siguiente registro marcario deberá ser tenido en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	Garlin GK Kain	LEIVEN STELLA PAEZ TIBOCHA	SD2021/0085492	11	25	Marca	20/10/2032	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 Galvhen GHK Klain	CALVIN KLEIN / CALVIN KLEIN / CALVIN KLEIN / CALVIN KLEIN / CALVIN KLEIN / CALVIN KLEIN / CALVIN KLEIN (Nominativas)

Antecedente
Garlin · GK · Kain Garlin GK Kain

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁵.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento*

⁵ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.



Ref. Expediente N° SD2025/0009791

gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto". (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) "C.A.S.A", publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁶

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

"La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).
Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.*
- Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)"⁷*

⁶ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

⁷ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁸ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- “a) **Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética.** Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.*
- b) **Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)***
- c) **Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.***
- d) **Se debe observar el orden de las vocales,** toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.*
- e) **Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor,** pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*
- f) **Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”**⁹*

Análisis comparativo con la familia de marcas de titularidad de la sociedad Calvin Klein Trademark Trust.

Con base en los criterios mencionados, se establece que la familia de marcas de la opositora, **Calvin Klein Trademark Trust**, tiene como rasgo distintivo el uso de la expresión **CALVIN KLEIN**. Así las cosas, un consumidor al observar estos elementos característicos en el mercado como parte de una marca al identificar un producto, asocia el origen empresarial con la sociedad opositora, al obrar la expresión **CALVIN KLEIN** como indicador de pertenencia a una familia de marcas, principalmente en la industria de la moda.

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas en el cual, la expresión que ha usado de forma reiteradas es **CALVIN KLEIN** y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial con el fin de proteger al titular de la misma y a los consumidores.

Conforme a lo anterior, esta Dirección no puede desconocer la protección otorgada a la sociedad opositora en el registro de su familia de marcas, cuyos esfuerzos comerciales han sido dirigidos a perpetrar en la mente del consumidor, la expresión **CALVIN KLEIN** como elemento distintivo de sus productos frente a otros competidores.

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**Glavhen GHK Klain**” en caracteres especiales y acompañada de la cabeza de un león. Por otra parte, las marcas opositoras son de naturaleza nominativa, compuestas principalmente por la expresión “**CALVIN KLEIN**”.

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el elemento preponderante en su respectivo conjunto, por cuanto son las palabras las que causan

⁸ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso

⁹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

mayor impacto en la mente del consumidor y sopesan el grado de recordación sobre determinado producto por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con estas marcas en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado reproduce casi en su totalidad el elemento característico y el rasgo común de la familia de marcas previamente registradas, conllevando a que las marcas al momento de ser confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares **Glavhen GHK Klain / CALVIN KLEIN** situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la sustitución de la consonante “C” por la “G” en el término inicial, así como la sustitución de la vocal “E” por la “A” en el segundo término, desde el plano fonético no logra proporcionar una pronunciación diferente.

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Los signos registrados identifican:

Expedientes	Productos y servicios
922551253	3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar;(preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos..
9225512425	25: Todos los productos comprendidos en la clase 25 de la clasificación internacional de Niza.
14038517	8: Herramientas manuales de acero; afila cuchillos; afiladores de martillos; hojas de afeitar; afiladores manuales de hojas de afeitar; discos y muelas de afilar [herramientas de mano];dispositivos y discos para afilar las sierras; piedras para afilar; herramientas y utensilios agrícolas accionados manualmente; instrumentos para la agricultura accionados manualmente; limas para limar las agujas; en hebra agujas; mechas [brocas] [partes de herramientas de mano];puños

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

americanos; aparatos para desollar, matar y herramientas para desollar los animales; terrajas anulares, rascadores [herramientas de mano]; arcos de sierras para metales; armas blancas, cortantes; cuchillos de caza, cuchillas [armas]; punzantes; gatos manuales; maquinillas para cortar la barba, maquinillas para corte; planchas eléctricas para alisar el cabello; sables, bayonetas, herramientas y sus suplementos berbiqués; cinceles, pinzas, y otras herramientas para fijar los botones; mangos de serrucho; portabrocas; taladros, mango para broca; pinzas pequeñas; buriles; máquinas de cortar el cabello; abre cajas no eléctrico; hierros o pistolas para calafatear; hormas para calzado [instrumentos de mano], herramientas para calderas; picos para canteras, palas y picos para carbón; herramientas de mano para carpintería; cepillo curvo carpintería; cinceles; cuchillos de cizalla, cizalla para cortar chatarra, hierbas, viguetas, chapa; arranca clavos (herramientas de mano), saca clavos; herramientas cortadoras de frutas, espárragos, legumbres, y nabos, accionadas manualmente; instrumentos y herramientas cortantes; herramientas para cortar rodajas; tijeras; máquinas para cortar el cabello; cubiertos de mesa cromados como cuchillos, cucharas, tenedores; cuchillería; cuchillos y tenedores de trinchar; cuchillos y tenedores para ensaladas y para carnes; cuchillos de metales preciosos y para todos los usos; instrumentos para el cultivo del suelo accionados manualmente; chairas de carnicero, de mesa; pinzas para champagne; cizallas para cortar la chatarra; fresas para tallar las ruedas dentadas (herramientas); pinzas para depilar; mandriles [herramientas de mano]; mandriles para dilatar los tubos (herramientas de metal), cepillos para ebanistas; herramientas para enderezar las muelas de esmeril y de gres; cubiertos para ensalada como tenedores, cucharas, tijeras; herramientas para entallar accionadas manualmente, aparatos para rechapar los neumáticos; escuadras (herramientas de mano); espadas; espátulas de pintor; estampadores [herramientas de mano]; herramientas para estampar no comprendidas en otras clases; armas de estoque; estuches de manicura y de pedicuro; estuches para navajas de afeitar; aparatos para afilar (de accionamiento manual); corta frutas; herramientas de todo tipo incluso los instrumentos de mano que sirve de herramientas menos las incluidas en las clases 7,9,11; gillames; hierros de marcar al fuego; hierros para moldurar; herramientas de mano para chimenea; herramientas para raspar hormas de calzado (herramientas manuales); herramientas de jardinería accionadas manualmente; herramientas para el trabajo de los metales; tijeras para cortar ojales; tenacillas; calentadores para ondulación del pelo; arpones para la pesca; herramientas para el trabajo de la piedra que no sean máquinas; pinzas de enganche; pinzas para plomería (fontanero); pinza martillo; instrumentos para marcar el ganado; pinzas para cortar; alicates para uñas; planchas no eléctricas; tenacillas para plisar el cabello; sables; herramientas para el raspado de las telas; terrajas (herramientas de mano); herramientas para terrajar y afilar; tijeras para señoras; tijeras para cortar mechas de lámparas; trinquetes (herramientas de mano); hormas para zapatos (herramientas de mano); herramientas de zapatero; pistolas de engrase de accionamiento manual..

20: Anillos de cortinas; bastidores de máquinas de calcular o de bordar; bustos para sastres; bastidores de bordar; capsulas no

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

metálicas para tapar botellas, compuestas de celulosa, celuloide o de esteres o éteres celulósicos; taburetes para abrochar los botines; imitación de concha hecha con celuloide; ornamentos de celulosa (adornos), plásticos o prensados no comprendidos en otras clases; monturas de cepillos; decoraciones plásticas o de cera; cierres de materias plásticas para recipientes; moldes plásticos para enrollar cigarrillos; cintas de madera; cojines, almohadas, también de viaje; conchas y artículos o de imitación; camas; duelas; ebanistería; o de sucedáneos no comprendidos en otras clases; capsulas de corcho para tapar; espejos de bolsillo, de mano; espejos no comprendidos en otras clases; espumas de mar y artículos no comprendidos en otras clases; estanterías de escaparates y sus accesorios tales como caballetes, maniqués; mesas, anillas, ganchos, varillas para marcos; ruedecillas para cortinas; ruedecillas no metálicas; mangos de cuchillo que no sean de metal; adornos de cuerno no comprendidos en otras clases; apoya cabezas, para sillas de peluquero; sillas; tocadores; cabezas artísticas para modistos y sastres (maniqués); artículos para cama excepto ropa de cama; muebles; aparadores; sofás; armarios; moldes de plástico para fabricar insignias de madera o de cuero; muebles de mimbre; muebles de junco, muebles de maderas en general no comprendidas en otras clases; mesas de máquinas de coser de madera; escritorios; estantería; estantes de biblioteca; soportes en madera; moldes de materias plásticas; porta sombreros para modistas; percheros para ordenar vestidos; poleas de materias plásticas; ribetes de paja; alzapaños de cortinas; tocadores; artículos de cama somieres; armaduras de colchón; almohadas con exclusión de ropa de cama; colchones que no sean para cirugía ni medicina; muebles de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ámbar, sucedáneos de todas estas materias o materias plásticas; entrepaños de madera para muebles; marcos de cuadros, así como molduras para muebles; listones para marcos o molduras para muebles de madera; apoyos no metálicos para afiladores; carretes de madera para hilo, seda, torzales; espejos lisos y pulidos; perchas para prendas de vestir; figuritas de tela..

21: Aparatos para quitar el polvo (no eléctricos); vaporizadores de perfume; abotonadores; brochas para quitar el polvo; brochas de afeitar; estatuillas chinas; hormas para botas; borlas de polvera; botellas; botellas aislantes; artículos de cepillaría; cepillos para corteza de árbol; cepillos de dientes; cepillos para tocador; cepillos de uñas; cepillos de alambre; cepillos para limpiar barcos; cepillos para caballos; cepillos para calzado; cepillos para el suelo; enceradoras (no eléctricas); cepillos para limpiar lámparas o faroles; cardas limpiabilimas; cepillos para limpiar cacharros; cepillos para quitar el polvo; tensores de camisas, pantalones y cuellos; tensores para prendas de vestir; distribuidores de papel higiénico (w.c); escobas mecánicas; escobas; sacacorchos; peines para cardar y desenredar el cabello; aparatos para desmaquillar no eléctricos; aparatos desodorizantes para uso personal; distribuidores de jabón; jaboneras; escobas para limpiar los linóleos; escobillas para la limpieza; trapos para quitar el polvo; esponjas; esponjas de aseo personal; sucedáneos de las esponjas; estropajos; vidrios pintados o estampados; artículos de vidrio y cristalería, tales como jarrones, copas grandes y copas de vino; vasos; mugs; estuches para

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

peines;extensores de calzado;sílice fundido [producto semielaborado] que no sea para la construcción;fibras de vidrio para uso no textil;frascos;frascos de color;botellas vacías;cubos para usos domésticos;cántaros;tazones;jarras;vasos;decantadores;cubos de materiales plásticos;juegos de latas para guardar alimentos;bandejas para uso doméstico;vajillas;cubos de tela;cubos de vidrio;soportes para cuchillo de mesa;peines para el cabello;cepillos para el calzado;hormas para el calzado;calzadores;aparatos y artículos domésticos no eléctricos, utensilios de cocina;hieleras (para vinos);cubiteras;cucharas para hielo;agitadores para bebidas;teteras;cafeteras y hervidores no eléctricos;hilos de vidrio que no sean para uso textil;salvamanteles;trapos o paños para quitar el polvo, limpiar o sacar brillo;kits de peines;atomizadores de perfume vacíos;utensilios cosméticos y de tocador;utensilios para el hogar;utensilios (cepillos, tinas, escobas) para lavar para uso doméstico..

26: Ribetes para abrigos y vestidos;hebillas para calzado;ganchos para calzado;broches para las faldas y las prendas de vestir;broches de presión;alfileres de adornos que no sean de metales preciosos;adornos para ropa;flores artificiales;ganchos [cierres] para blusas, corsets, ligas, camisas, pantalones, vestidos, corbatas;botones para camisas y camisetas;ballenas (soportes) para cuellos;botones y adornos para lencería, botones metálicos, botones forrados en tela;botones para el cuello, sacos, abrigos, faldas y mangas;broches para prendas de vestir;alfileres que no sean artículos de joyería ni de bisutería;broches de presión;pasadores;broches para tirantes;bucles para el pelo;adornos para el cabello;adornos para vestidos;artículos de adorno para el cabello;pinzas para ondular el cabello;corchetes de blusas;bordados de hilos de oro;bordados de hilos de plata;encajes y bordados, cintas y cordones;agujas de bordar;bordados;galones para bordar;botones;botones de cierre a presión;cintas elásticas;cintas para el borde superior de las cortinas;cintas de seda, cintas de terciopelo;hombreras para prendas de vestir;cintas textiles decorativas;galones para sombreros;parches de tela para prendas de vestir;hebillas para cinturones;broches (complementos de vestir);corchetes y broches a presión para sujetar manteles y pantalones;galones;cintas elásticas;bordados;encajes;encajes de bolillo;escarapela (pasamanería);borlas pasamanería;cordones para calzado;cordones de lana para sombreros y zapatos;cierres metálicos;dobladillos postizos;bordados;festones [bordados];agujas de coser;agujas para máquinas de coser;dedales para coser;cajas estuches de costura (costureros);chorreras (encajes);cintas decorativas;cintas de cierres con corchetes;agujas;alfileres que no sean artículos de joyería;iniciales para marcar ropa;lentejuelas para prendas de vestir;lentejuelas de mica;cintas elásticas para subir las mangas;brazales [brazaletes];números para marcar ropa;coronas de flores artificiales;dispositivos de sujeción para niños, a saber, arneses de silla para uso en el hogar;horquillas para ondular el cabello;nudos decorativos confeccionados con cintas de tela;cintas textiles para envoltorios;cintas textiles para envolver regalos y paquetes;plumas de adorno (artículos de mercería);pelucas;plumas de avestruz (complementos de vestir);parches decorativos para trajes;agujas de toda clase para bordar;agujas de croché;agujas de ganchillo;botones

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

de remache;galones;ribetes para prendas de vestir;volantes de faldas y vestidos;cremalleras;ganchos para prendas de vestir (cierres);cierres metálicos para prendas de vestir;frunces para prendas de vestir..

27: Tapetes, esterillas o trenzados que no sean mantelerías de material textil;tapicería de materia leñosa, papeles de empapelar y sucedáneos de tapicería;tapices murales que no sean de materias textiles;tapices para la gimnasia;papeles de empapelar paredes;hojas plásticas para el revestimiento de las paredes en forma de tapicería;revestimiento de muros en hojas plásticas en forma de tapicería;revestimiento de pisos;revestimiento de suelos también de caucho o de aislantes del calor o del ruido;telas enceradas y artículos fabricados para pisos (revestimientos), suelos;telas para alfombras de escaleras;alfombras de baño, tapetes;tapetes que no formen parte de mantelerías de material textil;salidas de baño (alfombras);felpudos de caucho;felpudos para gimnasia;de corcho o de paño;paños para poner las jarras que no sean parte de mantelería;esteras de juncos;papeles de empapelar que sustituyen pinturas murales..

35: Servicios prestados por personas u organizaciones cuya finalidad principal es la ayuda en la explotación o dirección de una empresa comercial, de negocios o de funciones comerciales, empresas industriales;establecimientos de publicidad que se encargan esencialmente de comunicaciones al público, de declaraciones o de anuncios por todos los medios de difusión y en relación con toda la clase de mercancías o de servicios que entrañan el registro, la transcripción, la composición, la transmisión o la sistematización de comunicaciones escritas y de grabaciones, lo mismo que la explotación o la compilación de datos matemáticos o estadísticos;servicios de publicidad y promoción, así como servicios tales como la distribución de prospectos, directamente o por correo, o la distribución de muestras.

97018713 **42:** Para distinguir: toda clase de servicios relacionados con diseño, ventas por medio de almacenes, agencias u otros medios de publicidad para satisfacer las necesidades individuales de alimentación alojamiento, ingeniería, belleza y sus similares, servicios comprendidos en la clase 42 de la clasificación internacional de niza.

96009315 **14:** Todos los productos comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza.

96026510 **18:** Cuero e imitaciones de cuero, artículos de estas materias no incluidos en otras clases, pieles, baúles y materiales, para guas, sombrillas y bastones, fustas y guarnicionería y demás correspondientes a esta clase.

97018714 **24:** Para distinguir: tejidos, textiles, lienzo, colchas y tapetes; artículos textiles no incluidos en otras clases, sabanas, género para toallas, sobrecamas, cobertores y mantillas fundas para almohadas y demás correspondientes a esta clase, productos comprendidos en la clase 24 de la Clasificación Internacional de Niza..

97018709 **16:** Para distinguir: papel y artículos de papel, cartón, impresos, diarios y periódicos. libros, artículos de encuadernación, fotografías,

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

materias adhesivas (para papelería); materiales para artistas, pinceles, máquinas de escribir y de oficina (excepto muebles), naipes, caracteres de imprenta, clises y demás correspondientes a esta clase, productos comprendidos en la clase 16 de la Clasificación Internacional de Niza.

96019692 **9:** Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, eléctricos, (incluso radios), fotográficos, cinematográficos ópticos, de pesar, de medir, de balizamiento, de control, de socorro y de enseñanza; aparatos automáticos que se ponen en marcha mediante la introducción de una moneda o de una ficha máquinas parlantes; cajas registradoras, máquinas de calcular, aparatos extintores.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 25 Internacional.

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 del mismo tipo de productos en relación género – especie, ubicados en la misma Clase 25 del nomenclador internacional.

En efecto, como se observa, los productos tales como **“Todos los productos comprendidos en la clase 25 de la clasificación internacional de Niza”** que distingue el signo previamente registrado abarcan productos tales como **“Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños”** que identifica la marca solicitada.

Por lo anterior, dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conexión competitiva con oposición entre productos de las Clases 3, 14, 18, 24 y 25 Internacional.

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como *“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. (...)”*¹⁰.

Como podemos advertir, las prendas de vestir de la clase 25 (Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños), (los perfumes Clase 3), (cosméticos y preparaciones de

¹⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

cuidado personal; aceites cosméticos), (Todos los productos comprendidos en la Clase 14), (Cuero e imitaciones de cuero, artículos de estas materias no incluidos en otras clases, pieles, baúles y materiales, para guas, sombrillas Clase 18) y (Para distinguir: tejidos, textiles, lienzos, colchas y tapetes; artículos textiles no incluidos en otras clases, sábanas, género para toallas, sobrecamas, cobertores y mantillas fundas para almohadas Clase 24) pertenecen al mismo sector de la moda, y se utilizan para el cuidado del arreglo personal, de manera que es habitual que dentro del mercado aquellos empresarios que fabrican prendas de vestir incursionen en la comercialización de perfumes, joyas, maletas y ropa de cama, dado que van dirigidos a un mismo mercado objetivo y pueden aprovechar una misma infraestructura empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

De conformidad con lo anterior, los productos distinguidos por el signo previo están enfocados específicamente en satisfacer una necesidad afín de los productos identificados por la marca solicitada, por lo que es posible que el consumidor razonablemente entienda que quien se encarga de fabricar y comercializar los productos solicitados también se dedica a la fabricación y comercialización de los productos previamente registrados, máxime al tratarse de marcas tan similares.

Por lo tanto, en atención al criterio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de las marcas antecedentes, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Aunado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor a través de similares canales de comercialización, hecho que genera mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

Por lo anterior es que se predica que estos productos pueden compartir los mismos medios publicitarios y promocionales, en donde además es usual que se predique el uso conjunto, lo que incrementa el riesgo de confusión en el consumidor.

Finalmente, dada la similitud de los signos y el elemento coincidente entre los signos, resulta pertinente tener en cuenta lo estipulado por la teoría de la interdependencia, la cual ha sido reconocida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de la siguiente manera:

“cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados (STJCE, de 22 de junio de 1999 Caso Lloyd)” (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475¹¹)

En virtud de lo anterior, al aplicar la mencionada teoría, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos

¹¹ TJCA, PROCESO N° 135-IP-2004.

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, lo cual no se da en el caso en comento.

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.

Análisis comparativo con la marca citada de oficio.

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión **“Glavhen GHK Klain”** en caracteres especiales y acompañada de la cabeza de un león. Por otra parte, la marca citada de oficio es de naturaleza mixta, compuestas principalmente por la expresión **“Garlin GK Kain”** en un tipo de letra específica.

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el elemento preponderante en su respectivo conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en la mente del consumidor y sopesan el grado de recordación sobre determinado producto por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con estas marcas en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado reproduce casi en su totalidad el elemento característico de la marca previamente registrada, conllevando a que las marcas al momento de ser confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares **Glavhen GHK Klain / Garlin GK Kain** situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la diferencias presentes entre los términos GLAVHEN y GARLIN no son suficientes para opacar las similitudes presentes en los demás elementos.

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Los signos registrados identifican:

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

Expedientes Productos y servicios

SD2021/0085492 **25:** Prendas de vestir.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

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 del mismo tipo de productos en relación género – especie, ubicados en la misma Clase 25 del nomenclador internacional.

En efecto, como se observa, los productos tales como “**Prendas de vestir**” que distingue el signo previamente registrado abarcan productos tales como “**Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños**” que identifica la marca solicitada.

Por lo anterior, dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conclusión

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 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Calvin Klein Trademark Trust**.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **Glavhen GHK Klain (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹², solicitada por parte de la señora **Ines Galvis**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a la señora **Ines Galvis**, solicitante del registro y a la sociedad **Calvin Klein Trademark Trust**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

¹² **25:** Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Resolución N° **21969**

Ref. Expediente N° SD2025/0009791

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS