

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 32710

Ref. Expediente N° SD2025/0095263

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 17 de septiembre de 2025, el señor JAMES DAVID TOVAR HOYOS, solicitó el registro de la Marca JD JEANS (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. 1080, 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 el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

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

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

Ref. Expediente N° SD2025/0095263

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
Mixta	Walá BY JD	Alejandra Ruiz López	14155216	10	25	Marca	Registrada	30/03/2035
Mixta	JD	DESSANGE INTERNATIONAL	13230131	10	3, 44	Marca	Registrada	09/07/2034

•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.

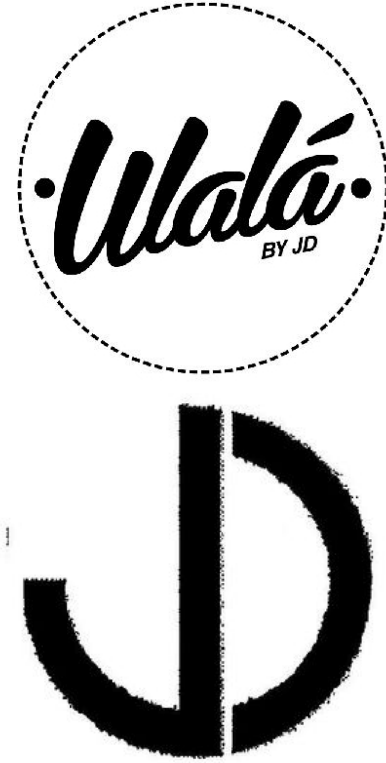
b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos 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° SD2025/0095263

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:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados resultan confundibles, en la medida en que el elemento nominativo constituye el componente de mayor relevancia dentro de los signos bajo estudio. En efecto, al apreciarlos en conjunto y de manera sucesiva, se observa que el signo solicitado JD JEANS y las marcas registradas Walá BY JD y JD presentan semejanzas ortográficas y fonéticas relevantes, dado que el signo solicitado reproduce íntegramente la partícula distintiva **JD**, la cual coincide plenamente con el elemento dominante de los signos antecedentes, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para neutralizar el riesgo de confusión.

Ref. Expediente N° SD2025/0095263

En particular, la inclusión del término “**JEANS**” en el signo solicitado carece de la fuerza distintiva necesaria para desvirtuar la impresión general de similitud, en la medida en que se trata de un vocablo de uso común y de carácter descriptivo respecto de productos del sector de prendas de vestir. Por su parte, en la marca **Walá BY JD**, la expresión “**BY JD**” conserva autonomía distintiva y cumple la función de identificar el origen empresarial, siendo “JD” el elemento que el consumidor retendrá y utilizará como referente principal.

Así, desde una perspectiva global, el consumidor medio podría razonablemente asumir que los signos confrontados provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas económicamente, configurándose un riesgo de confusión directa e indirecta en el mercado, especialmente si se tiene en cuenta la coincidencia en el elemento dominante y la escasa capacidad diferenciadora de los términos adicionales.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 14155216 Clase 25: prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería tales como abrigos, albornoces, alpargatas, antideslizantes para el calzado, armaduras de sombreros, bandas para la cabeza [vestimenta], baño (albornoces de-), baño (babuchas de-), baño (calzones de-), baño (gorros de-), baño (sandalias de-), baño (trajes de -), [bañadores], batas, birretes [bonetes], blusas, boas [para llevar alrededor del cuello], body [ropa interior], boinas, bolsillos de vestidos, borceguies, botas (cañas de-), botas de esquí, botas de fútbol, botines bragas, bufandas, cachuchas, calcetería calcetines, calcetines (ligas para -), calzado (antideslizantes para el-), calzado de playa, calzado (herrajes de), calzado (palas de -), calzado (punteras de -), calzado (refuerzos de-), calzado (taloncillos para -), calzados de deporte, calzoncillos, calzones de baño, camisas, camisetas, camisetas [de manga corta], camisolas, canastillas, canesues de camisas, cañas de botas, capuchas [para vestir], casullas, chalecos, chales, chaquetas, chaquetas de pescador, chaquetones, cinturones monedero [ropa], cinturones [vestimenta], cofias, combinaciones [para vestir], combinaciones [ropa interior], confeccionados, vestidos, corbatas, corsés [fajas], cuellos, cuellos postizos, cuero (vestidos de -) cuero (vestidos de imitaciones de -), delantales [para vestir], deporte (calzados de-), ducha (gorros de-) echarpes, enaguas, scarpines, esclavinas [para vestir], estolas [pieles], fajas [ropa interior], faldas, forros confeccionados (partes de vestidos), gabanes [abrigo] [para vestir], gabardinas [para vestir], gimnasia (zapatillas de-), gorras, gorros de ducha, guantes [vestimenta], herrajes de calzado, impermeables, jarreteras, jeans, jerseys [para vestir], jerseys [pull-overs], jerseys [sweaters], lencería interior, lencería interior sudorífuga, medias, medias-sacos, medias sudorífugas, medias (taloncillos para -), monedero, (cinturones orejeras [vestimenta], palas, [empeines] de calzado, pantalones, pantalonetas, pantis [medias completas o leotardos], pañuelos de bolsillo [ropa], pañuelos

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0095263

(de cuello), parkas, pecheras de camisas, pelerinas, pellizas, pescador (chaquetas de-), pieles [para vestir], pijamas, plantillas, playa (calzado de-), playa (vestidos de -), polainas, prendas de punto, punteras de calzado, punto [vestidos], puños [para vestir], ropa de gimnasia, ropa exterior, ropa interior, ropa formal e informal para hombres mujeres y niños, sandalias, saris, slips, sobaqueras, sombreros, sombreros (armaduras de-) sombreros de copa, sostenes [sujetadores], sport (zapatos de -), suelas, suéteres, tacones, tacos de botas de fútbol, tirantes, tocados [sombrerería], togas, trabillas, trajes, uniformes, vestidos de cuero, vestidos de imitaciones de cuero, vestidos de papel, vestidos [trajes], vestir (artículos de -) viseras [sombrerería], zapatillas [pantuflas], zapatos, zuecos, zuecos [calzado], y demás productos de calzado no comprendidos en otras clases.

Expediente 13230131 Clase 3: Jabones, perfumería, aceites esenciales, cosméticos, productos de maquillaje y de desmaquillaje, afeites, lápices de labios, polvos, lociones capilares, champús, cremas de belleza, cremas y lociones para el cuidado del rostro y del cuerpo, productos de tocador, productos colorantes y decolorantes para el cabello, tintes para el cabello, cera para depilar, productos cosméticos para adelgazar, preparaciones cosméticas para el bronceado de la piel, desodorantes para uso personal, dentífricos.

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.

No obstante, no hay duda de la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos en relación género-especie. En efecto, se puede observar que las marcas identifican productos de prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería en tanto el signo del expediente 14155216 describe especies de estos artículos. Así las cosas, el consumidor puede elegir entre unos u otros para satisfacer la misma necesidad. Con ello, se acredita lo dispuesto por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “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”⁵.

En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada interdependencia, que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos o servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos o servicios, lo cual no se da en el presente caso.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 25 y los productos de la clase 3 internacional (Razonabilidad)

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 153-IP-2004.

Ref. Expediente N° SD2025/0095263

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, podría asumir como razonable que los productos en cuestión provienen del mismo empresario. En el presente caso, esta Dirección considera que los productos del signo solicitado que comprenden prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería, guardan una relación directa y complementaria con los productos de perfumería y cosméticos de la clase 3 amparados por la marca registrada.

En efecto, estos productos integran un mismo universo de artículos orientados a mejorar la imagen e identidad estética del consumidor, lo que facilita su uso conjunto y favorece una percepción unitaria desde el punto de vista comercial. Esta afinidad funcional hace posible su comercialización en los mismos establecimientos y bajo estrategias publicitarias coherentes, siendo habitual encontrarlos en secciones especializadas de supermercados, grandes superficies, y centros comerciales, lo cual evidencia la existencia de canales de distribución y promoción compartidos.

A lo anterior se suma la práctica, cada vez más extendida en la industria, conforme a la cual los fabricantes de prendas de vestir y calzado incorporan a su portafolio líneas de perfumes, fragancias, lociones y productos cosméticos comercializados bajo la misma marca como parte de sus estrategias de expansión y posicionamiento. Esta diversificación, habitual en el sector de la moda, refuerza en el consumidor la percepción de que dichos productos comparten un mismo origen empresarial, aun cuando se encuentren en clases distintas de la Clasificación de Niza.

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 JD JEANS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por el seJAMES DAVID TOVAR HOYOS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución al señor JAMES DAVID TOVAR HOYOS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

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

Resolución N° **32710**

Ref. Expediente N° SD2025/0095263

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS