

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 35324

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

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 14 de noviembre de 2025, JHON HORACIO RUEDA GARZON, solicitó el registro de la Marca **DR DIADOR** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 14, 35 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1087, 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.”*

<sup>1</sup> **14:** Alfileres de adorno [joyas]; anillos [joyas]; broches decorativos [joyas]; colgantes [joyas]; collares [joyas]; cruces [joyas]; joyas; joyas personalizadas; pins decorativos [joyas]; aretes; artículos de relojería; correas de reloj de metal, cuero o plástico; relojes de uso personal; relojes joya; relojes y partes de los mismos; brazaletes y pulseras; colgantes de pulseras; dijes de pulseras; dijes para pulseras; pulseras [joyería]; pulseras [joyería y artículos de bisutería]; cadenas [artículos de joyería y de bisutería]; cadenas [joyería]; cadenas [joyería y artículos de bisutería]; cadenas para joyas; collares de cadena [joyas]; cadenitas [gargantillas]; gargantillas; dijes [artículos de joyería]; dijes [artículos de joyería y de bisutería]; dijes [joyería]; dijes para artículos de joyería; aleaciones de oro; artículos de joyería en oro; joyas en oro; joyería en oro; oro; broches [artículos de joyería]; broches [artículos de joyería y de bisutería]; broches (joyería); brazaletes [artículos de joyería y de bisutería]; brazaletes [joyería]; pendientes; sortijas [artículos de joyería y de bisutería]; sortijas [joyería]; sortijas [joyería y artículos de bisutería]; adornos de joyería; alfileres [artículos de joyería]; alfileres [artículos de joyería y de bisutería]; alfileres de joyería; alfileres [joyería]; amuletos [joyería]; anillos [joyería]; artículos de joyería; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de joyería chapados con metales preciosos; artículos de joyería personal; artículos de joyería personalizados; baratijas [artículos de joyería]; baratijas [artículos de joyería y de bisutería]; baratijas [joyería]; bisutería [joyería]; cajas de joyería; cierres para joyería; colgantes [artículos de joyería]; collares [artículos de joyería]; collares [artículos de joyería y de bisutería]; cruces [joyería]; cuentas para artículos de joyería; estuches para artículos de joyería; guardapelos [joyería y artículos de bisutería]; hilados de metales preciosos [artículos de joyería y de bisutería]; hilados de metales preciosos [joyería]; hilos de metales preciosos [joyería]; hilos de metales preciosos en forma de artículos de joyería; hilos de metales preciosos [joyería y artículos de bisutería]; joyería; joyería de materiales semipreciosos; joyería de metales no preciosos; joyería de metales preciosos; medallones [artículos de joyería]; medallones [artículos de joyería y de bisutería]; partes constitutivas de artículos de joyería; pins [artículos de joyería]; pins [joyería]; pulseras [artículos de joyería y de bisutería]; trenzas de metales preciosos [joyería]; adornos de metales preciosos; adornos de metales preciosos en forma de artículos de joyería; adornos de metales preciosos [joyería y artículos de bisutería]; aleaciones de metales preciosos; gemas, perlas, y metales preciosos y sus aleaciones; joyas chapadas con metales preciosos; joyería realizadas con metales preciosos; joyería realizadas con metales semipreciosos; piedras preciosas; piedras preciosas en bruto; piedras preciosas [joyas]; piedras preciosas, perlas, y metales preciosos y sus aleaciones; piedras preciosas, perlas y sus imitaciones; piedras preciosas sintéticas; piedras preciosas y semipreciosas; piedras semipreciosas; piedras semipreciosas y preciosas.

**35:** Comercialización; comercialización de productos; comercialización de productos para terceros; comercialización por internet.

**42:** Diseño de joyas; servicios de diseño de joyas; diseño de accesorios de moda; diseño de artículos de bisutería; diseño de artículos de joyería; diseño de relojes; servicios de diseño de joyería; servicios de diseño personalizado.

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

## 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 tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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.

<sup>2</sup> •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. (...)"

<sup>3</sup> 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° SD2025/0119138

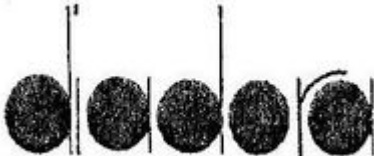
Estudio de registrabilidad del signo solicitado

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      | DIADORA HERITAGE | DIADORA S.P.A. | 16079329   | 10   | 9, 18, 25 | Marca   | Registrada | 3 septiembre 2035 |
| Mixta      | UTILITY DIADORA  | DIADORA S.p.A. | 16114217   | 9    | 9         | Marca   | Registrada | 20 mayo 2029      |
| Mixta      | UTILITY DIADORA  | DIADORA S.p.A. | 16174245   | 10   | 25        | Marca   | Registrada | 23 febrero 2028   |
| Nominativa | DIADORA          | DIADORA S.p.A. | 9226480225 | 7    | 25        | Marca   | Registrada | 29 abril 2032     |
| Nominativa | DIADORA          | DIADORA S.p.A. | 99044162   | 7    | 18        | Marca   | Registrada | 10 marzo 2030     |
| Nominativa | DIADORA          | DIADORA S.p.A. | 99044166   | 7    | 25        | Marca   | Registrada | 19 mayo 2030      |
| Mixta      | DIADORA          | DIADORA S.p.A. | 9226484118 | 7    | 18        | Marca   | Registrada | 24 febrero 2027   |

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                                 | La marca registrada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <br><br><br><p>DIADORA, DIADORA, DIADORA</p>  |



Ref. Expediente N° SD2025/0119138

## Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado 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”.*

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

En atención a la jurisprudencia antes citada, efectuado el análisis de aquellos signos cotejados, de naturaleza mixta y nominativa / mixta, se encuentra que su elemento denominativo es el preponderante, debido a su relevancia dentro del conjunto marcario.

Ahora bien, analizado el signo solicitado, se observa que es de carácter compuesto ya que se encuentra conformado por dos o más palabras por lo que, tal y como lo señala el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el Proceso 0110-IP-2013, al analizar una marca compuesta deberá *“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 (...)”*

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“DR DIADOR”** se encuentra incurso en las causales de irreregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

Como primera medida, esta dirección encuentra que los signos analizados **“DR DIADOR”** y las marcas previamente registradas **“DIADORA HERITAGE”**, **“UTILITY DIADORA”** y **“DIADORA”** son similarmente confundibles, dado que la parte relevante de los signos desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

sonoro idéntico, en razón a la disposición de los fonemas utilizados; esto en cuanto a la expresión que comparte similitud fonética de dos sílabas “**DIA-DOR**” de los signos objeto del análisis (DIA-DORA HERITAGE, UTILITY DIA-DORA y DIA-DORA).

Así mismo, y en cuanto al análisis ortográfico, se determina una identidad en cuanto a su escritura, dada la extensión de los vocablos relevantes y sus sílabas, ubicados en una posición gramatical variable (DR D-I-A-D-O-R / D-I-A-D-O-R-A), donde la inclusión en la parte inicial de las consonantes “DR” y la vocal “A” en la parte final, no presentan la fuerza suficiente para desvirtuar la similitud existente.

De esta forma, el signo solicitado reproduce parcialmente a la familia de marcas previamente traídas de oficio y dada su protección reforzada en razón al empeño y reconocimiento sobre los elementos que configuran estos registros marcarios.

Sobre la familia de marcas, resulta relevante citar lo señalado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en relación con el examen de confundibilidad frente a una familia de marcas:

*“A fin de emitir un pronunciamiento sobre la inexistencia de riesgo de confusión y/o asociación con base en sendas familias de marcas, se deberá determinar, en primer lugar, si efectivamente se han configurado las familias de marcas invocadas; posteriormente, se analizará si la presencia del término común de tales familias logra desvirtuar el supuesto riesgo de confusión y/o asociación en los signos confrontados, teniendo en cuenta que la evaluación de los signos debe realizarse haciendo énfasis en las semejanzas antes que en las diferencias, pues son las semejanzas las que podrá percibir el público consumidor como provenientes de un mismo origen empresarial o de uno vinculado.”.* (Resaltado fuera del texto original)

Al respecto se debe poner de presente que, la inclusión de forma reiterada de la misma expresión en buena parte de las marcas de un mismo titular permite concluir que se está 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 o servicios con finalidades similares o afines.

La marca **DIADORA**, en el presente caso, se caracteriza por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos 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.

En este sentido, 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 aquel rasgo común y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo elemento (prefijo o sufijo) para bienes o prestaciones 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 o servicios que identifica. Por lo 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 o servicios por la calidad que ya conoce.

Dicho lo anterior, el titular de la marca **DIADORA** ha consolidado un grupo de productos que ofrece en el mercado que ya hacen parte del imaginario de los consumidores. En este

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

sentido, la marca en registro, al reproducir dicho término que se protege bajo la prerrogativa marcaría antes descrita, se asemeja con aquella y puede conllevar a su confundibilidad por parte de los consumidores. En consecuencia, se debe realizar el respectivo análisis de conexidad competitiva para determinar si entre las clases que se pretende amparar por el signo en registro se incrementaría el riesgo de confusión con los productos amparados por la marca previamente registrada.

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 servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**Clase 14:** Alfileres de adorno [joyas]; anillos [joyas]; broches decorativos [joyas]; colgantes [joyas]; collares [joyas]; cruces [joyas]; joyas; joyas personalizadas; pins decorativos [joyas]; aretes; artículos de relojería; correas de reloj de metal, cuero o plástico; relojes de uso personal; relojes joya; relojes y partes de los mismos; brazaletes y pulseras; colgantes de pulseras; dijes de pulseras; dijes para pulseras; pulseras [joyería]; pulseras [joyería y artículos de bisutería]; cadenas [artículos de joyería y de bisutería]; cadenas [joyería]; cadenas [joyería y artículos de bisutería]; cadenas para joyas; collares de cadena [joyas]; cadenitas [gargantillas]; gargantillas; dijes [artículos de joyería]; dijes [artículos de joyería y de bisutería]; dijes [joyería]; dijes para artículos de joyería; aleaciones de oro; artículos de joyería en oro; joyas en oro; joyería en oro; oro; broches [artículos de joyería]; broches [artículos de joyería y de bisutería]; broches (joyería); brazaletes [artículos de joyería y de bisutería]; brazaletes [joyería]; pendientes; sortijas [artículos de joyería y de bisutería]; sortijas [joyería]; sortijas [joyería y artículos de bisutería]; adornos de joyería; alfileres [artículos de joyería]; alfileres [artículos de joyería y de bisutería]; alfileres de joyería; alfileres [joyería]; amuletos [joyería]; anillos [joyería]; artículos de joyería; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de joyería chapados con metales preciosos; artículos de joyería personal; artículos de joyería personalizados; baratijas [artículos de joyería]; baratijas [artículos de joyería y de bisutería]; baratijas [joyería]; bisutería [joyería]; cajas de joyería; cierres para joyería; colgantes [artículos de joyería]; collares [artículos de joyería]; collares [artículos de joyería y de bisutería]; cruces [joyería]; cuentas para artículos de joyería; estuches para artículos de joyería; guardapelos [joyería y artículos de

<sup>4</sup> 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° SD2025/0119138

bisutería]; hilados de metales preciosos [artículos de joyería y de bisutería]; hilados de metales preciosos [joyería]; hilos de metales preciosos [artículos de joyería y de bisutería]; hilos de metales preciosos de joyería; hilos de metales preciosos [joyería y artículos de bisutería]; joyería; joyería de materiales semipreciosos; joyería de metales no preciosos; joyería de metales preciosos; medallones [artículos de joyería]; medallones [artículos de joyería y de bisutería]; partes constitutivas de artículos de joyería; pins [artículos de joyería]; pins [joyería]; pulseras [artículos de joyería y de bisutería]; trenzas de metales preciosos [joyería]; adornos de metales preciosos; adornos de metales preciosos en forma de artículos de joyería; adornos de metales preciosos en forma de joyería; aleaciones de metales preciosos; gemas, perlas, y metales preciosos y sus aleaciones; joyas chapadas con metales preciosos; joyería realizadas con metales preciosos; joyería realizadas con metales semipreciosos; piedras preciosas; piedras preciosas en bruto; piedras preciosas [joyas]; piedras preciosas, perlas, y metales preciosos y sus aleaciones; piedras preciosas, perlas y sus imitaciones; piedras preciosas sintéticas; piedras preciosas y semipreciosas; piedras semipreciosas; piedras semipreciosas y preciosas.

**Clase 35:** Comercialización; comercialización de productos; comercialización de productos para terceros; comercialización por internet.

**Clase 42:** Diseño de joyas; servicios de diseño de joyas; diseño de accesorios de moda; diseño de artículos de bisutería; diseño de artículos de joyería; diseño de relojes; servicios de diseño de joyería; servicios de diseño personalizado.

Los signos previamente registrados identifican:

### Expediente 16079329

**Clase 9:** Gafas [óptica]; gafas de sol; gafas antideslumbrantes; gafas de deporte; estuches para gafas y gafas de sol; lentes para gafas y gafas de sol; monturas de gafas y gafas de sol; cadenas para gafas y gafas de sol; cordones para gafas y gafas de sol; quevedos; estuches para quevedos; cadenas para quevedos; cordones para quevedos; monturas de quevedos; lentes correctoras [óptica]; cascos de protección; fundas para ordenadores portátiles; bolsas especiales para ordenadores portátiles; fundas y estuches de protección para tabletas informáticas; fundas para lectores de libros electrónicos; estuches para agendas electrónicas; estuches especiales para teléfonos celulares; fundas de protección de teléfonos inteligentes; estuches de cuero para teléfonos celulares; cordones [correas] para teléfonos celulares; fundas para reproductores de MP3; fundas de tela o de materias textiles para teléfonos móviles; fundas para teléfonos celulares; estuches especiales para cámaras; aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control [inspección], de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos para la conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión y reproducción de sonido e imágenes; soportes magnéticos de datos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos que funcionan con monedas; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos y ordenadores; software; extintores; todos los productos antes mencionados excepto las gafas de natación, tapones para oídos utilizados para el buceo y pinzas nasales para nadadores.

**Clase 18:** Bolsas; bolsos de bandolera; bolsos de mano; bolsos de mano sin asas; monederos; bolsas de playa; bolsas para la compra; bolsas de ruedas para la compra; juegos de maletas [artículos de marroquinería]; bolsas vacías para cosméticos; bolsos de deporte; bolsos de deporte multiuso; bolsas para transportar animales; mochilas portabebés; bolsas en tela para guardar joyería [vacías]; morrales; bolsos de gimnasia;

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

mochilas; mochilas de deporte; mochilas portabebés; carteras escolares; macutos escolares; carteras de bolsillo; monederos que no sean de metales preciosos; estuches para llaves; tarjeteros [carteras]; estuches y fundas para tarjetas de crédito [artículos de marroquinería]; estuches de cuero; estuches de cuero de imitación; portafolios de cuero; maletines para documentos; maletines para transportar documentos; portafolios (marroquinería); cajas de cuero o de cartón cuero; cordones de cuero; molesquín [cuero de imitación]; hilos de cuero; cuero para zapatos; artículos de equipaje; fundas para etiquetas de equipaje [artículos de marroquinería]; maletas de cuero; portatrajes; maletas de mano; bolsos de viaje cilíndricos; riñoneras; estuches vacíos para cosméticos; maletas de fin de semana; asas de maletas; bolsos marineros; baúles de viaje; bolsas de viaje para calzado; fulares portabebés; cuero y cuero de imitación; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería.

**Clase 25:** Trajes informales; ropa informal; trajes; vestidos; chaquetillas; vestidos de señora; camisas; blusas; caftanes; abrigos; chaquetas [prendas de vestir]; chaquetones; cazadoras; impermeables; chaquetas impermeables; capas; chaquetas de plumas; sobretodos; ropa de cuero de imitación; pieles de imitación [ropa]; ternos; trajes de falda y chaqueta; conjuntos de vestir; faldas; faldas largas; minifaldas; ropa interior; bodis [vestimenta]; shorties [ropa interior]; camisetas de tirantes; mallas [prendas de calcetinería]; corpiños con ligero; pijamas; calzoncillos; corpiños interiores o de vestir; camisones; bragas; corsés [ropa interior]; tanguitos dental; pantalones vaqueros; ropa de tela vaquera; prendas de calcetería; suéteres; chaquetas de punto; jerséis de cuello vuelto; conjuntos de jersey y rebecca; camiseta cruzada [ropa]; pantalones; bermudas; leggings [calentadores de piernas]; shorts de forro polar; pantalones pirata; shorts; petos; esclavinas [prendas de vestir]; sudaderas; polos; camisetas de manga corta; tops [prendas de vestir]; zapatos informales; zapatos; zapatos de cuero; calzado de playa; botines; bailarinas [zapatos planos]; zapatos de tacón; alpargatas; pantuflas sin cordones; chancletas; mocasines; chinelas; zapatillas de interior; sandalias; zapatillas de deporte; botines; botas; botas de cordones; plantillas; plantillas de calzado; palas de calzado; suelas de calzado; ortesis plantares, principalmente para uso no ortopédico; contrafuertes para el calzado; tacones; punteras de calzado; dispositivos antideslizantes para el calzado; tirantes para prendas de vestir; sombreros; boinas; cinturones [prendas de vestir]; cuellos [prendas de vestir]; cuellos postizos; corbatas; bufandas; fulares; cañas de botas; guantes [prendas de vestir]; manguitos [prendas de vestir]; pajaritas; chales; fajines; estolas; medias; calcetines; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; todos los productos antes mencionados, excepto trajes de baño y gorros de natación.

### Expediente 16114217

**Clase 9:** Lentes; gafas de protección y seguridad; gafas antideslumbrantes; gafas (óptica); gafas de sol; estuches de gafas; monturas de gafas; anteojos de sol antideslumbrantes; anteojos; cadenas de gafas; cordones de gafas; lentes de gafas; anteojos para hacer deportes; gafas 3d; cascos de protección, máscaras y viseras; calzado de protección contra accidentes, radiaciones y fuego; calzado de seguridad y calzado para prevención de lesiones; ropa de protección contra accidentes, radiaciones y fuego; ropa de seguridad y ropa para la prevención de lesiones; máscaras protectoras de protección para los trabajadores; botas industriales de protección; zapatos de buceo de protección; guantes de seguridad de protección; ropa de protección para motociclistas contra accidentes o lesiones; dispositivos de protección personal contra accidentes; chalecos salvavidas; almohadillas y rodilleras y coderas para la protección contra accidentes; tapones para los oídos y clips de nariz para buzos y nadadores; rodilleras para trabajadores; estuches para gafas de sol y gafas de protección; imanes decorativos; prismas [óptica]; alarmas contra incendios; detectores de humo; timbres; prendas de vestir y ropa reflectante para la prevención de accidentes; salvavidas; fajes para la espalda para los trabajadores; arneses

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

de seguridad, excepto para los vehículos o con fines deportivos; cuerdas de seguridad para fines de seguridad (protección contra caldas) para los trabajadores; dispositivos de protección contra los rayos x, no para uso médico; aparatos y equipos de salvamento; cascos soldadores; filtros para máscaras respiratorias; respiradores para filtrar el aire; máscaras respiratorias que no sean para la respiración artificial; gafas y máscaras de protección contra el polvo; escaleras de incendios; discos reflectores individuales para la prevención de accidentes de tránsito; parachispas; redes para la protección contra accidentes; redes de seguridad; arneses de seguridad que no sean para asientos de vehículos o equipamiento deportivo; estuches para gafas y gafas de sol; lentes para gafas y gafas de sol, marcos para anteojos y gafas de sol; cadenas para gatas y gafas de sol; cordones para gafas y gafas de sol; quevedos; estuches para quevedos; cuerdas para quevedos; marcos para quevedos; lentes correctores.

**Expediente 16174245**

**Clase 25:** Vestido, calzado, sombrerería.

**Expediente 9226480225**

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

**Expediente 99044162**

**Clase 18:** Bolsos de todo tipo, talegas y talegas dobles de todo tipo, bolsas para zapatos, bolsas para correas, bolsos para llevar en la espalda y fardos para llevar en la espalda, estuches y maletines, baúles y maletines de viaje, sombrillas. productos comprendidos en la clase 18 de la clasificación internacional de Niza.

**Expediente 99044166**

**Clase 25:** Artículos de vestir para el deporte y tiempo libre, calzado, calzado deportivo; taches para zapatillas de futbol y botas; suelas para calzado, vestidos de baño y ropa interior para mujer. productos comprendidos en la clase 25 de la clasificación internacional de Niza.

**Expediente 9226484118**

**Clase 18:** Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería.

**Conexidad entre los servicios solicitados en la clase 35 y los productos registrados en las clases 9, 18 y 25 (criterio de razonabilidad)**

Para esta Dirección, existe conexidad competitiva bajo el criterio de razonabilidad entre los servicios solicitados en la clase 35 y los productos amparados en las clases 9, 18 y 25, en la medida en que, conforme a la realidad del mercado, es común que un mismo empresario no solo fabrique o comercialice productos como (...) gafas de sol y sus estuches (...) (clase 9), bolsos, maletines y paraguas (clase 18), así como prendas de vestir y calzado (clase 25), sino que también ofrezca servicios de comercialización de dichos productos, ya sea de manera directa o por cuenta de terceros, a través de establecimientos físicos o canales electrónicos.

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

En este sentido, los servicios de *comercialización, comercialización de productos para terceros y comercialización por internet* solicitados en la clase 35 se encuentran estrechamente vinculados con los productos previamente registrados, al compartir una misma finalidad económica y concurrir en canales de distribución coincidentes. En consecuencia, el consumidor podría asociarlos razonablemente a un mismo origen empresarial, generándose el riesgo de que sean percibidos como parte de una misma línea de negocio o portafolio comercial.

**Conexidad entre los servicios de la clase 42 y los productos de las clases 9, 18 (Razonabilidad)**

Existe conexidad competitiva bajo el criterio de razonabilidad entre los servicios de la clase 42 y los productos amparados en las clases 9 y 18, en la medida en que, conforme a la dinámica del mercado, es habitual que un mismo empresario dedicado al diseño de *accesorios de moda, artículos de bisutería, relojes y servicios de diseño personalizado*, valiéndose de su posición en el mercado, ofrezca el diseño aplicado a productos específicos como gafas de sol, gafas deportivas (clase 9); bolsos, morrales, carteras (clase 18).

En este sentido, los servicios de diseño no solo se encuentran directamente vinculados con los productos referidos, sino que constituyen una etapa previa y esencial en su desarrollo y comercialización, compartiendo una misma finalidad económica dentro de la cadena de valor. Adicionalmente, estos servicios suelen prestarse de manera personalizada o bajo una misma estrategia de marca, a través de canales coincidentes y dirigidos al mismo público consumidor de artículos relacionados con el outfit de los consumidores.

En consecuencia, el consumidor puede asociar razonablemente dichos servicios y productos a un mismo origen empresarial, percibiéndolos como parte de una oferta integral, lo que refuerza su cercanía competitiva y genera un riesgo de confusión o asociación en el mercado.

**conexidad entre los productos de la clase 14 internacional solicitada y los productos de las clases 18 y 25 internacional previamente registradas (Razonabilidad)**

Finalmente, esta Dirección evidencia la existencia de conexidad competitiva entre los productos en mención, bajo el criterio de razonabilidad, en la medida en que comparten un denominador común consistente en tratarse de bienes de consumo destinados a complementar la presentación personal de los consumidores.

En este sentido, es habitual que los fabricantes o comercializadores de prendas de vestir (clase 25) y artículos de marroquinería (clase 18) también incorporen dentro de su portafolio productos de la clase 14, tales como alfileres de adorno [joyas], anillos, broches decorativos, colgantes, collares, cruces, joyas personalizadas, pins decorativos, aretes, artículos de relojería, correas de reloj de distintos materiales y relojes de uso personal, entre otros.

Lo anterior obedece a que dichos productos se utilizan de manera complementaria en la conformación del “outfit” o imagen personal del consumidor, y suelen ser comercializados en los mismos canales de distribución, incluso en secciones contiguas dentro de los establecimientos de comercio.

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

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”<sup>5</sup>.*

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 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, lo cual no se da en el presente caso.

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 **DR DIADOR** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 14 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>6</sup>, solicitada por JHON HORACIO RUEDA GARZON, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

<sup>5</sup> COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. 2004. Interpretación Prejudicial 135-IP-2004).

<sup>6</sup> **14:** Alfileres de adorno [joyas]; anillos [joyas]; broches decorativos [joyas]; colgantes [joyas]; collares [joyas]; cruces [joyas]; joyas; joyas personalizadas; pins decorativos [joyas]; aretes; artículos de relojería; correas de reloj de metal, cuero o plástico; relojes de uso personal; relojes joya; relojes y partes de los mismos; brazaletes y pulseras; colgantes de pulseras; dijes de pulseras; dijes para pulseras; pulseras [joyería]; pulseras [joyería y artículos de bisutería]; cadenas [artículos de joyería y de bisutería]; cadenas [joyería]; cadenas [joyería y artículos de bisutería]; cadenas para joyas; collares de cadena [joyas]; cadenitas [gargantillas]; gargantillas; dijes [artículos de joyería]; dijes [artículos de joyería y de bisutería]; dijes [joyería]; dijes para artículos de joyería; aleaciones de oro; artículos de joyería en oro; joyas en oro; joyería en oro; oro; broches [artículos de joyería]; broches [artículos de joyería y de bisutería]; broches [joyería]; brazaletes [artículos de joyería y de bisutería]; brazaletes [joyería]; pendientes; sortijas [artículos de joyería y de bisutería]; sortijas [joyería]; sortijas [joyería y artículos de bisutería]; adornos de joyería; alfileres [artículos de joyería]; alfileres [artículos de joyería y de bisutería]; alfileres de joyería; alfileres [joyería]; amuletos [joyería]; anillos [joyería]; artículos de joyería; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de joyería chapados con metales preciosos; artículos de joyería personal; artículos de joyería personalizadas; baratijas [artículos de joyería]; baratijas [artículos de joyería y de bisutería]; baratijas [joyería]; baratijas [bisutería [joyería]; cajas de joyería; cierres para joyería; colgantes [artículos de joyería]; collares [artículos de joyería]; collares [artículos de joyería y de bisutería]; cruces [joyería]; cuentas para artículos de joyería; estuches para artículos de joyería; guardapelos [joyería y artículos de bisutería]; hilados de metales preciosos [artículos de joyería y de bisutería]; hilados de metales preciosos [joyería]; hilos de metales preciosos [artículos de joyería y de bisutería]; hilos de metales preciosos de joyería; hilos de metales preciosos [joyería y artículos de bisutería]; joyería; joyería de materiales semipreciosos; joyería de metales no preciosos; joyería de metales preciosos; medallones [artículos de joyería]; medallones [artículos de joyería y de bisutería]; partes constitutivas de artículos de joyería; pins [artículos de joyería]; pins [joyería]; pulseras [artículos de joyería y de bisutería]; trenzas de metales preciosos [joyería]; adornos de metales preciosos; adornos de metales preciosos en forma de artículos de joyería; adornos de metales preciosos en forma de joyería; aleaciones de metales preciosos; gemas, perlas, y metales preciosos y sus aleaciones; joyas chapadas con metales preciosos; joyería realizadas con metales preciosos; joyería realizadas con metales semipreciosos; piedras preciosas; piedras preciosas en bruto; piedras preciosas [joyas]; piedras preciosas, perlas, y metales preciosos y sus aleaciones; piedras preciosas, perlas y sus imitaciones; piedras preciosas sintéticas; piedras preciosas y semipreciosas; piedras semipreciosas; piedras semipreciosas y preciosas.

Ref. Expediente N° SD2025/0119138

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Negar el registro de la Marca **DR DIADOR** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>7</sup>, solicitada por JHON HORACIO RUEDA GARZON, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO TERCERO:** Negar el registro de la Marca **DR DIADOR** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>8</sup>, solicitada por JHON HORACIO RUEDA GARZON, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO CUARTO:** Notificar de esta resolución a JHON HORACIO RUEDA GARZON, 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 QUINTO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 13 de mayo de 2026



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

<sup>7</sup> **35:** Comercialización; comercialización de productos; comercialización de productos para terceros; comercialización por internet.

<sup>8</sup> **42:** Diseño de joyas; servicios de diseño de joyas; diseño de accesorios de moda; diseño de artículos de bisutería; diseño de artículos de joyería; diseño de relojes; servicios de diseño de joyería; servicios de diseño personalizado.