

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 42321

Ref. Expediente N° SD2025/0116299

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 8 de noviembre de 2025, DIEGO FERNANDO LENIS TRUJILLO, solicitó el registro de la Marca Santa t BY DIANA SANTACRUZ (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en la clase 25 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

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 irregistrabilidad 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 irregistrabilidad en estudio

Literal e) 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:

e) consistan en un signo que afecte la identidad o prestigio de personas jurídicas con o sin fines de lucro, o personas naturales, en especial, tratándose del nombre, apellido, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen, retrato o caricatura de una persona distinta del solicitante o identificada por el sector pertinente del público como una persona distinta

¹ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; ropa de confección; Camisetas de deporte sin mangas; trajes de baño; calzones de baño; Shorts de baño; gorros de baño; sandalias de baño; bañadores; zapatillas de baño; ropa de deporte.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de publicidad, marketing y promoción; servicios de telemarketing; publicidad en línea por una red informática; publicidad exterior; publicidad televisada; servicios de publicidad por correo directo.

Ref. Expediente N° SD2025/0116299

del solicitante, salvo que se acredite el consentimiento de esa persona o, si hubiese fallecido, el de quienes fueran declarados sus herederos.

Concepto de la norma

De acuerdo con la norma transcrita, si el signo que se pretende registrar como marca corresponde al nombre, apellido u otros atributos de la personalidad de una persona natural, el nombre de una persona jurídica distinta al solicitante, o el nombre de una persona natural o jurídica reconocida por el sector pertinente del público como distinta del solicitante, siendo susceptible de afectar la identidad o prestigio de esa persona natural o jurídica, no procederá su registro. Lo anterior, salvo que el solicitante demuestre dentro del proceso que cuenta con el consentimiento de dicha persona o de sus causahabientes, según el caso, para registrar tal nombre como marca.

En cuanto a los nombres de personas naturales, las consideraciones relativas al nombre completo y apellido son, así mismo, aplicables a los seudónimos, firmas, caricaturas, retratos de las personas, a los que deben aplicarse los mismos criterios siempre y cuando identifique realmente a una persona individual.

La jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha entendido que la identidad de una persona natural es generalmente su nombre y apellido, o su sólo apellido cuando es notorio, explicando que la causal de irregistrabilidad en comento constituye un mecanismo de defensa al derecho personal que tienen las personas sobre su imagen e intimidad, y que la pretensión jurídica de la norma está fundamentada en la protección de los derechos de la personalidad.

En ese orden de ideas, cuando el nombre solicitado en registro como marca es un nombre o apellido común o frecuente, quedará sometido a las reglas generales sobre el riesgo de confusión o asociación, es decir, puede llegar a ser registrado siempre y cuando sea distintivo y no sea confundible con otros signos registrados para distinguir productos idénticos o similares. Sin embargo, si el nombre o apellido solicitado en registro, coincida o no con el nombre del solicitante, corresponde a un nombre o apellido capaz de individualizar a una persona de notoriedad destacada y reconocida por el público como alguien distinto del solicitante, su registro solamente será viable en la medida en que el solicitante cuente con la autorización de esa persona reconocida o de sus herederos.

De otro lado, respecto a las personas jurídicas, se entiende como el nombre de estas la denominación o razón social que permite identificar su naturaleza y su existencia, según las normas aplicables a la materia. La protección del nombre de una persona jurídica surge del interés de proteger no solo su identidad sino también su prestigio, interés que, en palabras del Tribunal, debe ser manifestado a través de los representantes legales de la persona jurídica portadora del nombre.

En relación con el ‘prestigio’ del que puede gozar una persona jurídica, este puede ser entendido como “la percepción favorable o positiva de esta por parte del público consumidor pertinente (...)”² la cual proviene de un esfuerzo propio ejercido por esa

² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial - Proceso 290-IP-2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0116299

persona jurídica. Dicho prestigio lo ha relacionado el Tribunal con la valoración positiva que tiene ese público consumidor relevante respecto a la actividad comercial o mercantil ejercida por la persona jurídica.

En ese orden de ideas, al examinar la registrabilidad de un signo que consista en el nombre de una persona jurídica distinta al solicitante, primero se debe acreditar la existencia del nombre (denominación o razón o social) de la persona jurídica y, en segundo lugar, se debe tener en cuenta la afectación que podría tener el registro del signo sobre la identidad o prestigio del que goza aquella persona jurídica. De ser este el caso, será procedente verificar si se cuenta con la debida autorización emitida por el representante legal de la persona jurídica correspondiente, pues de lo contrario no sería viable su registro.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Afectación de la identidad o prestigio de una persona natural o jurídica.



El signo solicitado es Mixta y corresponde a la expresión Santa t BY DIANA SANTACRUZ, para distinguir:

“25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; ropa de confección; Camisetas de deporte sin mangas; trajes de baño; calzones de baño; Shorts de baño; gorros de baño; sandalias de baño; bañadores; zapatillas de baño; ropa de deporte.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de publicidad, marketing y promoción; servicios de telemarketing; publicidad en línea por una red informática; publicidad exterior; publicidad televisada; servicios de publicidad por correo directo.”.

Que, este Despacho observa que el signo solicitado incorpora el seudónimo o nombre artístico DIANA SANTA CRUZ utilizado por DIANA SANTA CRUZ la cual es una actriz “conocida por su papel en *El Chivo* (2014), *Hermanos & Hermanas* (2017) y *Tu voz estéreo* (2006).”³ Adicionalmente se evidencia que es cantante y compositora con relación de su obra en diferentes plataformas virtuales⁴

Si bien el personaje de conocimiento público se encuentra asociado a una actividad de naturaleza artística o creativa, es preciso señalar que los atributos de la personalidad que

³ https://www.imdb.com/es/name/nm7693939/bio/?ref=nm_ov_bio_sm

⁴ En: <https://www.youtube.com/channel/UCQr3stxSEBnNOYzISughUeQ>

Ref. Expediente N° SD2025/0116299

permiten su identificación no se agotan ni se limitan a un sector específico del mercado, sino que se proyectan hacia aquellos productos y servicios respecto de los cuales resulta razonable y habitual su explotación comercial, atendiendo a las dinámicas propias del consumo y a las expectativas del público.

En este sentido, las prendas de vestir, calzado y artículos de uso deportivo de la clase 25 constituyen uno de los principales medios de merchandising a través de los cuales los artistas capitalizan su nombre e imagen, por lo que el consumidor medio podría asumir legítimamente que los productos distinguidos con el signo solicitado cuentan con la autorización, patrocinio o vínculo directo con el artista.

De igual forma, los servicios de publicidad, marketing y promoción de la clase 35 incrementan el riesgo de confusión y asociación indebida, en la medida en que suponen el uso del seudónimo como activo comercial para posicionar productos y servicios en el mercado, lo cual implica un aprovechamiento indebido del prestigio y reconocimiento del personaje sin su consentimiento.

En tal medida, el registro del signo solicitado para las clases 25 y 35 resulta contrario a la normativa marcaria, en tanto vulnera los atributos de la personalidad del artista, los cuales permiten su individualización en el entorno social y económico, e induce a error al público consumidor respecto del origen empresarial y la existencia de una autorización legítima. Esta Dirección al analizar el signo solicitado encuentra que reproduce uno de los elementos individualizadores de un personaje famoso, induciendo a que el consumidor de manera equivocada confunda la marca con dicho personaje, así como considere que los productos y servicios identificados guardan estrecha relación, afectándose su identidad. En este sentido la norma pretende proteger los atributos de la personalidad al ser estos los que definen a la persona natural dentro de un entorno social y constituyen base y esencia de su personalidad, por lo cual se prohíbe su registro.

Adicionalmente, se pudo evidenciar que en el expediente no obra el consentimiento expreso del personaje famoso o de sus herederos o de sus representantes para registrar dicho nombre como marca.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal e) 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 Santa t BY DIANA SANTACRUZ (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por DIEGO FERNANDO LENIS TRUJILLO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁵ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; ropa de confección; Camisetas de deporte sin mangas; trajes de baño; calzones de baño; Shorts de baño; gorros de baño; sandalias de baño; bañadores; zapatillas de baño; ropa de deporte.

Ref. Expediente N° SD2025/0116299

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Santa t BY DIANA SANTACRUZ (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por DIEGO FERNANDO LENIS TRUJILLO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a DIEGO FERNANDO LENIS TRUJILLO, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de publicidad, marketing y promoción; servicios de telemarketing; publicidad en línea por una red informática; publicidad exterior; publicidad televisada; servicios de publicidad por correo directo.