

El caso ZARA: del “no” administrativo al “sí” judicial



Sumario

El Tribunal Supremo ha permitido a la Industria de Diseño Textil, S.A. (Inditex) registrar la marca “26 1 18 1”, que representa el término ZARA. El caso revoca las decisiones previas de la Oficina Española de Patentes y Marcas y la Audiencia Provincial de Madrid, que habían considerado el signo carente de distintividad. La Sentencia establece que una secuencia numérica puede ser distintiva si el público la asocia con un origen empresarial concreto, especialmente en el caso de marcas que gozan de renombre como ZARA.

POR

Lucía Muñoz

Baylos ^{IP}

Las marcas compuestas por secuencias numéricas son una rara avis en el ámbito del derecho marcario. Aunque la **normativa española y europea permiten su registro** [art. 4 Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Union Europea (RMUE) y Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (LM)], la mayoría de las solicitudes acaban denegadas por falta de carácter distintivo. Sin embargo, en esta publicación veremos cómo el alto Tribunal ha reconocido a la Industria de Diseño Textil, S.A. (Inditex) el derecho a registrar la secuencia numérica 26 1 18 1.

Las marcas numéricas son signos formados únicamente por cifras que buscan identificar productos o servicios de un origen empresarial determinado. En su Sentencia de 10/03/2011 (C-51/10 P, 1000, EU:C:2011:139), el **Tribunal de Justicia de la UE declaró que pueden registrarse signos compuestos exclusivamente por cifras** (apartados 29 y 30), si resultan distintivos para los productos o servicios comprendidos en la solicitud de registro y no son meramente descriptivos o están desprovistos de carácter distintivo, entre otros motivos, para tales productos y servicios.

El problema radica en que, **en la práctica, los números suelen ser percibidos como datos o referencias** – tallas, cantidades, fechas, etc. – **y no como indicativos de un origen empresarial**. De ahí que las marcas numéricas constituyan un auténtico reto para los solicitantes.

En 2021, Inditex solicitó ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) el registro de la **marca nacional núm. M4146579 “26 1 18 1”** para las clases 3, 9, 18, 21, 24, 25, 26, 27 y 28 de la Clasificación de Niza, con la siguiente representación:



La solicitud **fue denegada por la OEPM por falta de carácter distintivo**. Frente a esta resolución, Inditex presentó un recurso de alzada que dio lugar a una **resolución de la OEPM, la cual confirmó la decisión de denegación recurrida**. La OEPM argumentó que la secuencia **“aleatoria y difícil de retener” no sería percibida como una marca por el público y que no había quedado suficientemente acreditada la distintividad adquirida por el uso**.

El supremo reconoce la distintividad en la secuencia numérica “26 1 18 1”.

El gigante de la moda recurrió la citada resolución en la que alegó, resumidamente, que el signo tenía carácter distintivo intrínseco, y en todo caso, lo había adquirido de manera sobrevenida. Pero para su sorpresa, **la Sección 32ª de la Audiencia Provincial de Madrid dictó Sentencia núm. 91/2024 dando la razón a la OEPM** y afirmando que la secuencia numérica 26 1 18 1 carecía de cualquier vínculo semántico o conceptual que permitiera identificar un origen empresarial, ni siquiera a través del uso.

A pesar de los precedentes negativos, la compañía gallega no se rindió. Así, en un último intento de salvar su marca, presentó recurso de casación ante el Tribunal Supremo contra la Sentencia dictada por la Sección 32ª de la Audiencia Provincial de Madrid, que fue admitido a trámite parcialmente, precisamente por la ausencia de jurisprudencia del Alto Tribunal sobre las cuestiones suscitadas en el recurso. Como veremos a continuación, **el Tribunal Supremo estimó el recurso de casación interpuesto casó la Sentencia recurrida y estimó el recurso contra la resolución administrativa de la OEPM ordenando el registro de la marca solicitada**.

El Alto Tribunal consideró que, aunque los números por si solos carecen habitualmente de fuerza distintiva – si bien resalta que *“en principio, tampoco es un obstáculo para el carácter distintivo la simplicidad de las cifras”* –, en este caso concreto **la secuencia de número “26 1 18 1” podía asociarse con facilidad a la palabra ZARA mediante un simple cifrado alfabético (A=1, B=2,... Z=26)**. El Tribunal entendió que el público podría identificar el juego numérico como una representación del nombre “ZARA”. Ese juego simbólico, unido al renombre de la marca, basta para dotar al signo de carácter distintivo suficiente. Al respecto el Tribunal Supremo declaró que *“Consideramos que la Audiencia Provincial, implícitamente, se ha guiado por un criterio restringido de distintividad de las marcas numéricas que va más allá de lo previsto en la legislación comunitaria y nacional y en su interpretación por el Tribunal de Justicia” (FD IV ap. 7)*.

De este modo, el **Tribunal reconoció que la creatividad y el contexto comercial pueden conferir distintividad a signos numéricos que, en abstracto, parecerían anodinos**. Esta decisión no solo permite a Inditex registrar su marca, sino que **abre la puerta a una nueva lectura de las marcas no convencionales, en la que el significado percibido por el consumidor y el renombre adquieren un peso determinante**.

En definitiva, **ese fallo consolida la idea de que no existen signos intrínsecamente faltos de distintividad, siempre que sean capaces de generar en el consumidor una asociación singular con el origen empresarial**. En el universo de la propiedad industrial, ZARA ha demostrado que también los números pueden tener nombre propio.

Las marcas compuestas por secuencias numéricas – todo un reto.

Dicho lo cual, merece la pena mencionar que históricamente, las cifras han tenido un camino irregular en los registros, así, por ejemplo, la Marca española núm. M1034760 “0123” fue denegada en 1984 para productos de la clase 31. En cambio, la Marca Internacional núm. 1556795 “0123” fue registrada en 2021 para servicios médicos (clase 44). Por otro lado, la EUIPO rechazó en 2020 la Marca de la Unión Europea núm. 018191444 “123456789” para la clase 30, pero aceptó la Marca núm. 018783570 “0123456789” en 2023 para clases 25 y 41.

El denominador común: solo los signos que aportan una asociación concreta con su origen empresarial – más allá de ser una simple cifra o referencia técnica – pueden ser considerados distintivos.

En conclusión, la Sentencia firme del caso ZARA enseña que **la creatividad puede romper los códigos, incluso cuando se escriben en números**.

Las marcas compuestas por secuencias numéricas serán registrables si pueden cumplir su función esencial: identificar el origen empresarial.