

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 82462

Ref. Expediente N° SD2025/0027636

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 1 de abril de 2025, Johana Lisbeth Delgado Mora, solicitó el registro de la Marca MAUVA (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. 1070, 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:

¹ 25: Ajuares de ropa para bebés; ajustadores [ropa interior]; blazers [ropa de negocios]; bléisers [ropa de negocios]; blusas [ropa de negocios]; bodis en cuanto ropa interior; bodis [ropa interior]; bragas altas tipo shorty [ropa interior]; bragas con abertura [ropa interior]; bragas [ropa interior]; calzones con abertura [ropa interior]; calzones [ropa interior]; canastillas de ropa para bebés; canastillas de ropa para novias; capuchas [ropa]; chaquetas en cuanto ropa de deporte; chubasqueros [ropa]; cingulas en cuanto cinturones en forma de cuerda que se llevan puestos sobre la ropa con fines religioso; cinturones como ropa; combinaciones [ropa interior]; corsés en cuanto ropa interior; corsés [ropa interior]; fajas [ropa interior]; juegos de top y culote [ropa]; lencería y ropa de dormir; lencería y ropa de noche; modeladores del cuerpo [ropa interior]; pañuelos para la cabeza [ropa]; ropa*; ropa de algodón; ropa de bebé; ropa de confección; ropa especial para el deporte; ropa exterior; ropa exterior de bebé; ropa exterior de caballero; ropa exterior de señora; ropa de dormir para embarazadas; ropa de dormir para niños; ropa de ejercicio; ropa de embarazadas; ropa de estar en casa; ropa de exterior; ropa de exterior para chicos; ropa de exterior para niños; ropa de felpa; ropa de gimnasia; ropa de hombre; ropa de lino; ropa de lluvia; ropa de niña; ropa de niño; ropa de ocio; ropa de oficina; ropa de patinaje artístico; ropa de playa; ropa de punto; ropa de seda; ropa de trabajo; ropa especial para el deporte; ropa exterior; ropa exterior de bebé; ropa exterior de caballero; ropa exterior de niña; ropa exterior de niño; ropa exterior impermeable; ropa exterior para bebés; ropa exterior para la intemperie; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niñas; ropa exterior para niños; ropa impermeable; ropa impermeables; ropa informal; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior de punto; ropa interior modeladora modeladores del cuerpo; ropa interior para bebés; ropa interior para caballeros; ropa interior para mujeres; ropa interior para niños; ropa interior térmica; ropa interior y de dormir; ropa interior y de noche; ropa para bebés; ropa para chico; ropa para correr; ropa para dormir; ropa para embarazadas; ropa para estar en casa; ropa para exteriores impermeable; ropa para mujeres; ropa para niños; ropa para niños pequeños; ropa polar; shorties [ropa interior]; suéteres sin mangas [ropa]; tangas (ropa de playa); tops [ropa]; trajes de tres piezas [ropa]; turbantes [ropa].

Ref. Expediente N° SD2025/0027636

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, 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 marca previamente registrada

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	M MAUVE	FAMOKA TEXTILES S.A.S.	SD2019/0060120	11	25	Marca	Registrada	01/08/2030

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. (...)".

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° SD2025/0027636

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

Análisis en comparación de marcas mixtas

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el elemento nominativo MAUVA / M MAUVE, de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con estas marcas.

Así las cosas, examinados los signos en su conjunto, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, por cuanto la marca solicitada imita la marca previamente registrada, lo que se aprecia en la coincidencia en sus cadenas vocálicas y consonánticas, (MAUVA / M MAUVE), sin que el cambio de la vocal A por la E, de la última sílaba, sean suficientes para diferenciarlos en el mercado, pues el consumidor podrá entender razonablemente que se trata de una variación o actualización de las marcas registradas.

Por otra parte, esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados.

Ahora bien, pese a que el signo solicitado incluye como elemento gráfico el diseño simétrico en color negro, formado por líneas gruesas que crean la apariencia de letras entrelazadas, generando una figura triangular con ángulos marcados y tipografía



Ref. Expediente N° SD2025/0027636

particular, esto no es suficiente para alejarla de la marca registrada, dadas las similitudes ortográficas y fonéticas antes señaladas.

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:

25: Ajuares de ropa para bebés; ajustadores [ropa interior]; blazers [ropa de negocios]; bléisers [ropa de negocios]; blusas [ropa de negocios]; bodis en cuanto ropa interior; bodis [ropa interior]; bragas altas tipo shorty [ropa interior]; bragas con abertura [ropa interior]; bragas [ropa interior]; calzones con abertura [ropa interior]; calzones [ropa interior]; canastillas de ropa para bebés; canastillas de ropa para novias; capuchas [ropa]; chaquetas en cuanto ropa de deporte; chubasqueros [ropa]; cingulas en cuanto cinturones en forma de cuerda que se llevan puestos sobre la ropa con fines religioso; cinturones como ropa; combinaciones [ropa interior]; corsés en cuanto ropa interior; corsés [ropa interior]; fajas [ropa interior]; juegos de top y culote [ropa]; lencería y ropa de dormir; lencería y ropa de noche; modeladores del cuerpo [ropa interior]; pañuelos para la cabeza [ropa]; ropa*; ropa de algodón; ropa de bebé; ropa de confección; ropa de deporte; ropa de dormir; ropa de dormir de bebé; ropa de dormir de caballero; ropa de dormir de señora; ropa de dormir para embarazadas; ropa de dormir para niños; ropa de ejercicio; ropa de embarazadas; ropa de estar en casa; ropa de exterior; ropa de exterior para chicos; ropa de exterior para niños; ropa de felpa; ropa de gimnasia; ropa de hombre; ropa de lino; ropa de lluvia; ropa de niña; ropa de niño; ropa de ocio; ropa de oficina; ropa de patinaje artístico; ropa de playa; ropa de punto; ropa de seda; ropa de trabajo; ropa especial para el deporte; ropa exterior; ropa exterior de bebé; ropa exterior de caballero; ropa exterior de niña; ropa exterior de niño; ropa exterior impermeable; ropa exterior para bebés; ropa exterior para la intemperie; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niñas; ropa exterior para niños; ropa impermeable; ropa impermeables; ropa informal; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior de punto; ropa interior modeladora modeladores del cuerpo; ropa interior para bebés; ropa interior para caballeros; ropa interior para mujeres; ropa interior para niños; ropa interior térmica; ropa interior y de dormir; ropa interior y de noche; ropa para bebés; ropa para chico; ropa para correr; ropa para dormir; ropa para

⁴ 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° SD2025/0027636

embarazadas; ropa para estar en casa; ropa para exteriores impermeable; ropa para mujeres; ropa para niños; ropa para niños pequeños; ropa polar; shorties [ropa interior]; suéteres sin mangas [ropa]; tangas (ropa de playa); tops [ropa]; trajes de tres piezas [ropa]; turbantes [ropa].

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Productos
------------	-----------

SD2019/0060120	(25): Prendas de vestir, calzado, prendas de vestir formal e informal, prendas de vestir de deporte, vestuario y sombrerería para mujer, hombre, niño y niña, chaquetas; suéteres; vestidos; ropa exterior, a saber, abrigos, sombreros, guantes; ropa interior; ropa para dormir; lencería; ropa de estar en casa; trajes de baño; balacas; medias; calcetería; cinturones; guantes; prendas de vestir para el cuello, a saber, pañuelos para el cuello y bufandas.
-----------------------	---

Identidad entre los productos de la clase 25

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 elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

De acuerdo con las coberturas anteriormente descritas, se establece que el signo solicitado pretende identificar productos de la clase 25, los cuales no solo se encuentran dentro de la misma clase de los productos protegidos por la marca registrada (clase 25), sino que, además, no hay duda de la identidad que existe entre los mismos, dada la relación género-especie, en la medida en que las marcas objeto de estudio distinguen productos relativos a prendas de vestir, lo cual incrementa el riesgo de confusión, sin que se requiera mayor análisis para acreditar los criterios de conexidad competitiva dispuestos por la IP-100 de 2018 por el tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

Sumado a lo anterior, y dadas las similitudes estructurales entre los signos objeto de estudio, se permiten inferir que de coexistir los signos se generaría un riesgo de confusión hacia los consumidores que, al encontrarlos en el mercado, difícilmente podrán identificar el distinto origen empresarial de los mismos.

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,

Ref. Expediente N° SD2025/0027636

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca MAUVA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Johana Lisbeth Delgado Mora, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a JOHANA LISBETH DELGADO MORA, 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.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 15 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **25:** Ajuares de ropa para bebés; ajustadores [ropa interior]; blazers [ropa de negocios]; bléisers [ropa de negocios]; blusas [ropa de negocios]; bodis en cuanto ropa interior; bodis [ropa interior]; bragas altas tipo shorty [ropa interior]; bragas con abertura [ropa interior]; bragas [ropa interior]; calzones con abertura [ropa interior]; calzones [ropa interior]; canastillas de ropa para bebés; canastillas de ropa para novias; capuchas [ropa]; chaquetas en cuanto ropa de deporte; chubasqueros [ropa]; cingulas en cuanto cinturones en forma de cuerda que se llevan puestos sobre la ropa con fines religioso; cinturones como ropa; combinaciones [ropa interior]; corsés en cuanto ropa interior; corsés [ropa interior]; fajas [ropa interior]; juegos de top y culote [ropa]; lencería y ropa de dormir; lencería y ropa de noche; modeladores del cuerpo [ropa interior]; pañuelos para la cabeza [ropa]; ropa*; ropa de algodón; ropa de bebé; ropa de confección; ropa de deporte; ropa de dormir; ropa de dormir de bebé; ropa de dormir de caballero; ropa de dormir de señora; ropa de dormir para embarazadas; ropa de dormir para niños; ropa de ejercicio; ropa de embarazadas; ropa de estar en casa; ropa de exterior; ropa de exterior para chicos; ropa de exterior para niños; ropa de felpa; ropa de gimnasia; ropa de hombre; ropa de lino; ropa de lluvia; ropa de niña; ropa de niño; ropa de ocio; ropa de oficina; ropa de patinaje artístico; ropa de playa; ropa de punto; ropa de seda; ropa de trabajo; ropa especial para el deporte; ropa exterior; ropa exterior de bebé; ropa exterior de caballero; ropa exterior de niña; ropa exterior de niño; ropa exterior impermeable; ropa exterior para bebés; ropa exterior para la intemperie; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niñas; ropa exterior para niños; ropa impermeable; ropa impermeables; ropa informal; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior de punto; ropa interior modeladora modeladores del cuerpo; ropa interior para bebés; ropa interior para caballeros; ropa interior para mujeres; ropa interior para niños; ropa interior térmica; ropa interior y de dormir; ropa interior y de noche; ropa para bebés; ropa para chico; ropa para correr; ropa para dormir; ropa para embarazadas; ropa para estar en casa; ropa para exteriores impermeable; ropa para mujeres; ropa para niños; ropa para niños pequeños; ropa polar; shorties [ropa interior]; suéteres sin mangas [ropa]; tangas (ropa de playa); tops [ropa]; trajes de tres piezas [ropa]; turbantes [ropa].