

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 86064

Ref. Expediente N° SD2025/0016814

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 27 de febrero de 2025, CENTROCOL S.A.S., solicitó el registro de la Marca RASHA (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062, 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 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: Cinturones de cuero para prendas de vestir; cinturones de cuero para ropa; cinturones de cuero para vestimenta; cinturones de cuero [prendas de vestir]; cinturones de cuero [ropa]; cinturones de cuero [vestimenta]; cinturones de materias textiles; cinturones de tela; cinturones confeccionados en tela; cinturones de cuero; cinturones de cuero de imitación; calzado de cuero sintético; calzado de señora y de caballero; calzado informal; calzado para adultos; calzado para señora; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niñas; ropa informal; ropa interior.

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° SD2025/0016814

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
Nominativa	RAPHA	RAPHA RACING LTD	SD2021/0016969	11	18, 25	Marca	Registrada	9-nov-2030
Mixta	Brashali	Mariana Osorio Muñoz	SD2019/0035105	11	25	Marca	Registrada	11-dic-2029

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0016814

El signo solicitado	Las marcas registradas
RASHA (Nominativa)	 RAPHA (Nominativa)

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de 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 por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, por cuanto al apreciarlos en conjunto, se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, como quiera que el signo solicitado reproduce parte relevante de los signos previamente registrados.

Al analizar en conjunto los signos cotejados, se evidencia una marcada similitud ortográfica en la secuencia “**RA—SHA**”, presente en el signo solicitado y parcialmente reproducida en los signos previamente registrados. En particular, el signo **BRASHALI** contiene la secuencia “**RASHA**” de forma íntegra, mientras que **RAPHA** coincide en la estructura y en la terminación. Si bien el signo solicitado se presenta como una forma más breve, esta no altera la secuencia principal ni introduce variaciones sustanciales que permitan una diferenciación



Ref. Expediente N° SD2025/0016814

efectiva, pues en su estructura incluye elementos centrales de los signos previamente registrados. Esta reproducción parcial refuerza la confusión entre los signos, al generar una impresión marcaria altamente similar en el consumidor.

Desde el punto de vista fonético, las marcas presentan una similitud relevante, ya que todas comparten la misma secuencia sonora “**RA—SHA**” o variantes mínimas como “**RA—PHA**”, cuya diferencia en una consonante no genera un impacto significativo en la percepción global. El resto de la estructura marcaria permanece fonéticamente coincidente, lo que incrementa el riesgo de confusión auditiva.

Incluso considerando que el signo solicitado es nominativo, la brevedad o simplicidad del término no resulta lo suficientemente distintiva para alterar la percepción general del consumidor. Permitir la diferenciación únicamente por la reducción o modificación mínima de secuencias fonéticas abriría la posibilidad de que terceros incorporen alteraciones superficiales en signos preexistentes, argumentando una supuesta distintividad.

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 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 productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Cinturones de cuero para prendas de vestir; cinturones de cuero para ropa; cinturones de cuero para vestimenta; cinturones de cuero [prendas de vestir]; cinturones de cuero [ropa]; cinturones de cuero [vestimenta]; cinturones de materias textiles; cinturones de tela; cinturones confeccionados en tela; cinturones de cuero; cinturones de cuero de imitación; calzado de cuero sintético; calzado de señora y de caballero; calzado informal; calzado para adultos; calzado para señora; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niñas; ropa informal; ropa interior.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2021/0016969-Clase 18: Bolsas, alforjas.

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° SD2025/0016814

Expediente SD2019/0035105 Clase 25: Bodis [ropa interior]; combinaciones [ropa interior]; ligas [ropa interior]; ropa interior; ropa interior de hombre; ropa interior de mujer; pijamas; trajes de baño [bañadores]; trajes de baño para señora; ropa exterior; calcetines*; prendas de corsetería; zapatillas; zapatillas de baño; zapatillas deportivas; sujetadores deportivos; sujetadores deportivos transpirables; calzado para actividades deportivas; camisas deportivas; camisas deportivas de manga corta; chaquetas deportivas; pantalones; pantalones acolchados de deporte; pantalones cortos; pantalones de deporte transpirables.

Expediente SD2021/0016969 Clase 25: Prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; ropa de deporte, ropa de ciclismo y ropa para el tiempo libre.

Criterio de razonabilidad entre los productos de la clase 25 y los productos de la clase 18:

Dada la cobertura del signo solicitado y la del signo previamente registrado en la clase 18, esta Dirección encuentra que se configura conexidad competitiva bajo el criterio de razonabilidad. El signo solicitado pretende distinguir productos relacionados con prendas de vestir, cinturones de cuero y tela, calzado y artículos de sombrerería, todos orientados al uso personal y al vestir.

Así pues, la conexidad se configura por la cercanía funcional entre los productos de marroquinería y los productos de moda y accesorios personales, ya que de manera razonable, el titular de un signo registrado para artículos de cuero puede ofrecer directamente prendas de vestir, cinturones y calzado como parte integral de su operación comercial. Aunque se trata de coberturas que pueden operar de forma independiente, ambos grupos convergen en la práctica del mercado, en la que las marcas de moda suelen integrar bajo una misma denominación productos textiles, accesorios y artículos de cuero.

Esta coincidencia en sectores y dinámicas de consumo permite afirmar que el consumidor puede asociar razonablemente los productos enfrentados a un mismo origen empresarial, en tanto el fabricante o comercializador de bolsas y alforjas puede ofrecer directamente prendas de vestir y accesorios como cinturones y calzado. Así pues, se refuerza el vínculo entre las coberturas enfrentadas y genera un riesgo directo de confusión respecto a la procedencia de los productos en cuestión.

Criterio de identidad entre los productos de la clase 25:

Dada la cobertura del signo solicitado y la de los signos previamente registrados en la clase 25, esta Dirección encuentra que se configura conexidad competitiva por criterio de identidad. El signo solicitado pretende distinguir productos relacionados con cinturones de cuero y tela, calzado en diversas modalidades, prendas de vestir, ropa exterior, ropa informal, ropa interior y artículos de sombrerería.

Así pues, la conexidad se configura por la coincidencia total en la naturaleza, finalidad y productos, ya que todos amparan prendas de vestir, ropa interior, ropa exterior, calzado y artículos de sombrerería, sin que exista diferencia sustancial entre las coberturas enfrentadas. Los productos descritos por el signo solicitado corresponden directamente a los productos identificados por los signos previamente registrados, lo que impide establecer una distinción clara entre ellos.

Esta coincidencia permite afirmar que el consumidor se verá enfrentado a productos idénticos en su contenido y propósito, lo que genera un riesgo directo de confusión

Ref. Expediente N° SD2025/0016814

respecto a su procedencia empresarial, al no existir elementos diferenciadores sustanciales entre las coberturas enfrentadas.

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 135 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

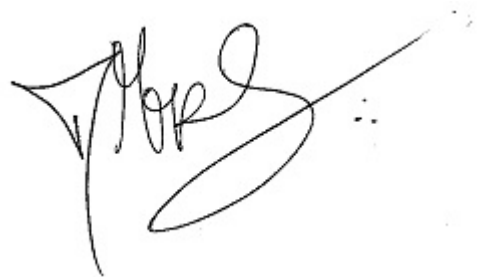
ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca RASHA (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por CENTROCOL S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a CENTROCOL S.A.S., 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 23 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 25: Cinturones de cuero para prendas de vestir; cinturones de cuero para ropa; cinturones de cuero para vestimenta; cinturones de cuero [prendas de vestir]; cinturones de cuero [ropa]; cinturones de cuero [vestimenta]; cinturones de materias textiles; cinturones de tela; cinturones confeccionados en tela; cinturones de cuero; cinturones de cuero de imitación; calzado de cuero sintético; calzado de señora y de caballero; calzado informal; calzado para adultos; calzado para señora; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; ropa exterior para mujeres; ropa exterior para niñas; ropa informal; ropa interior.