

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 15705

Ref. Expediente N° SD2025/0072108

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 25 de julio de 2025, LE POSH SPA Y BELLEZA SAS, solicitó el registro de la Marca LE POSH (Mixta) para distinguir productos y/o servicios comprendidos en las clases 3, 10 y 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075, 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

¹ 3: Aceites destilados para el cuidado de belleza; cosméticos de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza cosméticos para el cuidado de belleza; cremas bálsamos de belleza; cremas de belleza; cremas de belleza para el cuerpo; cremas de belleza para el rostro y el cuerpo; geles de belleza; leches de belleza; lociones de belleza; mascarillas de belleza; mascarillas de belleza para el cabello; mascarillas de belleza para el contorno de los ojos; mascarillas de belleza para las manos; mascarillas faciales de belleza; preparaciones de belleza no medicinales; preparaciones de belleza para el cabello; preparaciones de cuidado corporal y de belleza para uso cosmético; preparaciones de limpieza corporal y para el cuidado de belleza; preparaciones para cuidados corporales y de belleza; preparaciones para el cuidado de la belleza; preparaciones para el cuidado del cuerpo y la belleza; preparaciones para el cuidado y la belleza personal; preparaciones para la limpieza del cuerpo y el cuidado de la belleza; preparados de belleza no medicinales; preparados de belleza para el cabello; productos cosméticos y de belleza; productos de belleza para el cabello; sueros de belleza.

10: Aparatos de masajes estéticos para su uso en salones de belleza; láseres para tratamientos de belleza.

44: Alquiler de equipos para cuidados de higiene y belleza para personas; alquiler de equipos para cuidados de higiene y de belleza para personas; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o barberías; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o para peluquerías de caballero; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; alquiler de máquinas y aparatos para su utilización en salones de belleza o barberías; alquiler de toallas y albornoces para salones de belleza; alquiler de toallas y salidas de baño para salones de belleza; asesoramiento en belleza; asesoramiento en materia de cuidados de belleza; asesoría en belleza; consultoría en cuidados corporales y de belleza; consultoría en tratamientos corporales y de belleza; consultoría suministrada por internet en materia de cuidados corporales y de belleza; consultoría suministrada por internet en materia de tratamientos corporales y de belleza; cuidado de belleza de los pies; cuidados de belleza; cuidados de higiene y de belleza; cuidados de higiene y de belleza para animales; cuidados de higiene y de belleza para personas; cuidados de higiene y de belleza para personas y animales; cuidados médicos, higiénicos y de belleza; facilitación de información sobre belleza; higiene humana y cuidados de belleza; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; reservas de salones de belleza para terceros; salones de belleza para el corte de pelucas; servicios de asesoramiento relativos a tratamientos de belleza; servicios de asistencia sanitaria y belleza; servicios de asistencia sanitaria y belleza para animales; servicios de asistencia sanitaria y de cuidado de belleza; servicios de atención sanitaria y belleza; servicios de atención sanitaria y belleza para animales; servicios de atención sanitaria y de cuidado de belleza; servicios de belleza prestados por balnearios; servicios de consultas sobre tratamientos de belleza; servicios de consultoría en belleza; servicios de consultoría en materia de belleza; servicios de consultoría relacionados con la belleza; servicios de cuidados de belleza; servicios de cuidados de belleza e higiene; servicios de cuidados de belleza y peluquería; servicios de cuidados de higiene y de belleza; servicios de cuidados de higiene y de belleza para personas; servicios de higiene y belleza; servicios de institutos de belleza de la piel; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de reserva de salones de belleza para terceros; servicios de reserva en salones de belleza para terceros; servicios de salón de belleza para animales de compañía; servicios de salón de belleza para animales domésticos; servicios de salón de belleza para mascotas; servicios de salones de belleza; servicios de salud y de belleza; servicios de salud y de belleza para animales; servicios de salud y de belleza para personas; servicios de salud y de belleza para personas y animales; servicios de tratamientos de belleza; servicios de tratamientos de belleza para personas o animales; servicios de tratamientos de belleza, en particular para pestañas; servicios de tratamientos de belleza para personas o animales; servicios de tratamientos de salud y de belleza; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para animales; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas o animales; suministro de información en materia de belleza; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o barberías; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; suministro de información sobre peluquerías y salones de belleza; suministro de información sobre servicios prestados por salones de belleza; suministro de servicios de tratamientos de belleza para animales; suministro de servicios de tratamientos de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos de belleza para personas o animales; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para animales; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas o animales; terapias de belleza; tratamientos de belleza; tratamientos de belleza para animales; tratamientos de higiene y belleza para personas o animales; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales.

Ref. Expediente N° SD2025/0072108

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, 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.

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° SD2025/0072108

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	POSH	PROSALON DISTRIBUCIONES S.A.S	SD2020/0095842	11	44	Marca	Registrada	14 jul 2031
Nominativa	POSH	PROSALON DISTRIBUCIONES S.A.S	SD2019/0030639	11	3, 8	Marca	Registrada	06 jul 2030
Mixta	POSH	PROSALON DISTRIBUCIONES S.A.S	14192790	10	3	Marca	Registrada	17 jun 2035

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 POSH (Nominativa)

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,



Ref. Expediente N° SD2025/0072108

pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Igualmente, respecto al elemento predominante en las marcas mixtas, en el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal preceptuó 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

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente (o visualmente) similares.

En el plano fonético, ambos signos comparten de manera idéntica el vocablo POSH, que constituye el núcleo sonoro de mayor recordación. La adición del artículo francés “LE” en el signo solicitado no modifica la pronunciación del elemento principal ni aporta una diferencia perceptible en la cadencia total del conjunto. En la oralidad, el consumidor escuchará esencialmente *posh*, siendo “le” un término breve y accesorio que no neutraliza la coincidencia auditiva dominante.

Desde el punto de vista ortográfico, la similitud es absoluta respecto del elemento distintivo: POSH aparece reproducido letra por letra. El aditamento “LE” se ubica al inicio como un artículo sin fuerza distintiva y cuya presencia no altera la composición visual que capta la atención del consumidor. El signo solicitado mantiene, por tanto, la misma estructura gráfica esencial que la marca previa.

En el plano conceptual, ambos signos evocan la misma noción: el término inglés POSH, asociado a algo elegante, sofisticado o de lujo. La incorporación del artículo “LE” no cambia este significado; por el contrario, puede incluso reforzar la connotación de estilo o exclusividad, pues apela a construcciones típicas de marcas inspiradas en idiomas extranjeros. El mensaje conceptual permanece idéntico.

De acuerdo con jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, cuando el signo solicitado incorpora integralmente la denominación dominante del signo previo y las diferencias recaen sobre artículos, conectores o elementos meramente accesorios, subsiste el riesgo de confusión y asociación, pues el consumidor recordará principalmente el elemento idéntico.

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.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0072108

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Aceites destilados para el cuidado de belleza; cosméticos de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza cosméticos para el cuidado de belleza; cremas bálsamos de belleza; cremas de belleza; cremas de belleza para el cuerpo; cremas de belleza para el rostro y el cuerpo; geles de belleza; leches de belleza; lociones de belleza; mascarillas de belleza; mascarillas de belleza para el cabello; mascarillas de belleza para el contorno de los ojos; mascarillas de belleza para las manos; mascarillas faciales de belleza; preparaciones de belleza no medicinales; preparaciones de belleza para el cabello; preparaciones de cuidado corporal y de belleza para uso cosmético; preparaciones de limpieza corporal y para el cuidado de belleza; preparaciones para cuidados corporales y de belleza; preparaciones para el cuidado de la belleza; preparaciones para el cuidado del cuerpo y la belleza; preparaciones para el cuidado y la belleza personal; preparaciones para la limpieza del cuerpo y el cuidado de la belleza; preparados de belleza no medicinales; preparados de belleza para el cabello; productos cosméticos y de belleza; productos de belleza para el cabello; sueros de belleza.

10: Aparatos de masajes estéticos para su uso en salones de belleza; láseres para tratamientos de belleza.

44: Alquiler de equipos para cuidados de higiene y belleza para personas; alquiler de equipos para cuidados de higiene y de belleza para personas; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o barberías; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o para peluquerías de caballero; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; alquiler de máquinas y aparatos para su utilización en salones de belleza o barberías; alquiler de toallas y albornoces para salones de belleza; alquiler de toallas y salidas de baño para salones de belleza; asesoramiento en belleza; asesoramiento en materia de cuidados de belleza; asesoría en belleza; consultoría en cuidados corporales y de belleza; consultoría en tratamientos corporales y de belleza; consultoría suministrada por internet en materia de cuidados corporales y de belleza; consultoría suministrada por internet en materia de tratamientos corporales y de belleza; cuidado de belleza de los pies; cuidados de belleza; cuidados de higiene y de belleza; cuidados de higiene y de belleza para animales; cuidados de higiene y de belleza para personas; cuidados de higiene y de belleza para personas y animales; cuidados médicos, higiénicos y de belleza; facilitación de información sobre belleza; higiene humana y cuidados de belleza; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; reservas de salones de belleza para terceros; salones de belleza para el corte de pelucas; servicios de asesoramiento relativos a tratamientos de belleza; servicios de asistencia sanitaria y belleza; servicios de asistencia sanitaria y

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° SD2025/0072108

belleza para animales; servicios de asistencia sanitaria y de cuidado de belleza; servicios de atención sanitaria y belleza; servicios de atención sanitaria y belleza para animales; servicios de atención sanitaria y de cuidado de belleza; servicios de belleza prestados por balnearios; servicios de consultas sobre tratamientos de belleza; servicios de consultoría en belleza; servicios de consultoría en materia de belleza; servicios de consultoría relacionados con la belleza; servicios de cuidados de belleza; servicios de cuidados de belleza e higiene; servicios de cuidados de belleza y peluquería; servicios de cuidados de higiene y de belleza; servicios de cuidados de higiene y de belleza para personas; servicios de higiene y belleza; servicios de institutos de belleza de la piel; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de reserva de salones de belleza para terceros; servicios de reserva en salones de belleza para terceros; servicios de salón de belleza para animales de compañía; servicios de salón de belleza para animales domésticos; servicios de salón de belleza para mascotas; servicios de salones de belleza; servicios de salud y de belleza; servicios de salud y de belleza para animales; servicios de salud y de belleza para personas; servicios de salud y de belleza para personas y animales; servicios de tratamientos de belleza; servicios de tratamientos de belleza, en especial para las pestañas; servicios de tratamientos de belleza, en particular para pestañas; servicios de tratamientos de belleza para personas o animales; servicios de tratamientos de salud y de belleza; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para animales; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas o animales; suministro de información en materia de belleza; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o barberías; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; suministro de información sobre peluquerías y salones de belleza; suministro de información sobre servicios prestados por salones de belleza; suministro de servicios de tratamientos de belleza para animales; suministro de servicios de tratamientos de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos de belleza para personas o animales; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para animales; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas o animales; terapias de belleza; tratamientos de belleza; tratamientos de belleza para animales; tratamientos de higiene y belleza para personas o animales; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2020/0095842 clase 44: Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.

Expediente SD2019/0030639 clase 3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

Clase 8: Herramientas e instrumentos de mano accionados manualmente; artículos de cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; maquinillas de afeitar.

Expediente 14192790 clase 3: Esmaltes cosméticos para uñas; tratamientos cosméticos para uñas, manos y pies; cremas cosméticas para el cuidado de manos y pies.

Ref. Expediente N° SD2025/0072108

Realizado el análisis de conexidad, esta Dirección encuentra una clara conexidad competitiva y razonabilidad sectorial que impide su coexistencia. En efecto, en la clase 3 el signo solicitado ampara una amplia gama de productos cosméticos y de belleza cuya naturaleza, finalidad, canales de comercialización y público coinciden plenamente con los cosméticos, perfumes, lociones capilares y tratamientos para uñas protegidos por los registros previos. Todos los productos pertenecen al mismo sector del cuidado personal, orientados al embellecimiento y mantenimiento estético, comercializados en tiendas de belleza, farmacias y plataformas en línea, y adquiridos por el mismo consumidor. Esta coincidencia integral hace evidente el riesgo de confusión o asociación, pues es usual que una misma empresa desarrolle líneas completas de cuidado de piel, cabello y cuerpo.

En cuanto a la clase 10, aunque pertenece a una categoría distinta, los aparatos de masaje estético y los láseres para tratamientos de belleza del signo solicitado presentan una conexidad por razonabilidad con los productos de la clase 3 y con los servicios de belleza de la clase 44 del antecedente. En el mercado, las marcas dedicadas a la belleza suelen diversificar su portafolio hacia equipos estéticos complementarios, destinados a potenciar los resultados de los cosméticos o tratamientos, como dispositivos de luz, masajeadores o aparatos faciales. La finalidad es conjunta —mejorar el estado de la piel, el cabello o el cuerpo— y el público coincide plenamente. Esta complementariedad funcional y comercial genera la percepción de un mismo origen empresarial, configurando un riesgo de asociación suficiente.

Finalmente, respecto de la clase 44, la confrontación muestra una coincidencia directa, pues el antecedente ya protege servicios de higiene y belleza para personas o animales, además de servicios médicos y veterinarios, ubicados en el mismo campo de cuidado corporal y tratamientos estéticos. Los servicios solicitados —que incluyen asesoría en belleza, tratamientos estéticos, salones de belleza, alquiler de equipos, cuidados corporales y servicios de estética— se integran sin fisuras en el mismo ámbito, comparten finalidad, modo de prestación y consumidores. Esta identidad operativa refuerza el riesgo de confusión y asociación, dado que el usuario percibe que provienen del mismo prestador o de empresas vinculadas.

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 LE POSH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada

⁵ 3: Aceites destilados para el cuidado de belleza; cosméticos de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza cosméticos para el cuidado de belleza; cremas bálsamos de belleza; cremas de belleza; cremas de belleza para el cuerpo; cremas de belleza para el rostro y el cuerpo; geles de belleza; leches de belleza; lociones de belleza; mascarillas de belleza; mascarillas de belleza para el cabello; mascarillas de belleza para el contorno de los ojos; mascarillas de belleza para las manos; mascarillas faciales de belleza; preparaciones de belleza no medicinales; preparaciones de belleza para el cabello; preparaciones de cuidado corporal y de belleza para uso cosmético; preparaciones de limpieza corporal y para el cuidado de belleza; preparaciones para cuidados corporales y de belleza; preparaciones para el cuidado de la belleza; preparaciones para el cuidado del cuerpo y la belleza;

Resolución N° 15705

Ref. Expediente N° SD2025/0072108

por LE POSH SPA Y BELLEZA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca LE POSH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por LE POSH SPA Y BELLEZA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca LE POSH (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por LE POSH SPA Y BELLEZA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a LE POSH SPA Y BELLEZA SAS, 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 5 de marzo de 2026

preparaciones para el cuidado y la belleza personal; preparaciones para la limpieza del cuerpo y el cuidado de la belleza; preparados de belleza no medicinales; preparados de belleza para el cabello; productos cosméticos y de belleza; productos de belleza para el cabello; sueros de belleza.

⁶ 10: Aparatos de masajes estéticos para su uso en salones de belleza; láseres para tratamientos de belleza.

⁷ 44: Alquiler de equipos para cuidados de higiene y belleza para personas; alquiler de equipos para cuidados de higiene y de belleza para personas; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o barberías; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o para peluquerías de caballero; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; alquiler de máquinas y aparatos para su utilización en salones de belleza o barberías; alquiler de toallas y albornoces para salones de belleza; alquiler de toallas y salidas de baño para salones de belleza; asesoramiento en belleza; asesoramiento en materia de cuidados de belleza; asesoría en belleza; consultoría en cuidados corporales y de belleza; consultoría en tratamientos corporales y de belleza; consultoría suministrada por internet en materia de cuidados corporales y de belleza; consultoría suministrada por internet en materia de tratamientos corporales y de belleza; cuidado de belleza de los pies; cuidados de belleza; cuidados de higiene y de belleza; cuidados de higiene y de belleza para animales; cuidados de higiene y de belleza para personas; cuidados de higiene y de belleza para personas y animales; cuidados médicos, higiénicos y de belleza; facilitación de información sobre belleza; higiene humana y cuidados de belleza; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; reservas de salones de belleza para terceros; salones de belleza para el corte de pelucas; servicios de asesoramiento relativos a tratamientos de belleza; servicios de asistencia sanitaria y belleza; servicios de asistencia sanitaria y belleza para animales; servicios de asistencia sanitaria y de cuidado de belleza; servicios de atención sanitaria y belleza; servicios de atención sanitaria y belleza para animales; servicios de atención sanitaria y de cuidado de belleza; servicios de belleza prestados por balnearios; servicios de consultas sobre tratamientos de belleza; servicios de consultoría en belleza; servicios de consultoría en materia de belleza; servicios de consultoría relacionados con la belleza; servicios de cuidados de belleza; servicios de cuidados de belleza e higiene; servicios de cuidados de belleza y peluquería; servicios de cuidados de higiene y de belleza; servicios de cuidados de higiene y de belleza para personas; servicios de higiene y belleza; servicios de institutos de belleza de la piel; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de reserva de salones de belleza para terceros; servicios de reserva en salones de belleza para terceros; servicios de salón de belleza para animales de compañía; servicios de salón de belleza para animales domésticos; servicios de salón de belleza para mascotas; servicios de salones de belleza; servicios de salud y de belleza; servicios de salud y de belleza para animales; servicios de salud y de belleza para personas; servicios de salud y de belleza para personas y animales; servicios de tratamientos de belleza; servicios de tratamientos de belleza, en especial para las pestañas; servicios de tratamientos de belleza, en particular para pestañas; servicios de tratamientos de belleza para personas o animales; servicios de tratamientos de salud y de belleza; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para animales; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas o animales; suministro de información en materia de belleza; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o barberías; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; suministro de información sobre peluquerías y salones de belleza; suministro de información sobre servicios prestados por salones de belleza; suministro de servicios de tratamientos de belleza para animales; suministro de servicios de tratamientos de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos de belleza para personas o animales; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para animales; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas o animales; terapias de belleza; tratamientos de belleza; tratamientos de belleza para animales; tratamientos de higiene y belleza para personas o animales; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales.



Resolución N° 15705

Ref. Expediente N° SD2025/0072108



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

