

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23259

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 24 de abril de 2025, la sociedad **Centertex S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **CENTERTEX FIBRAS TEXTILES (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 23 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080 del 29 de septiembre de 2025, la sociedad **Comertex S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“Vistas las coberturas, observará el examinador que se cumplen los criterios sustanciales en la relación competitiva existente entre las marcas confrontadas, como lo son la intercambiabilidad, complementariedad y la razonabilidad, toda vez que:

i) Las marcas se encuentran en la misma clase del nomenclátor (Clase 23), causando que los productos sean equivalentes e intercambiables, pues el consumidor que adquiere hilos e hilados textiles, puede adquirir indistintamente los productos de una marca y la otra, toda vez que ambos tienen la misma finalidad.

ii) Los productos solicitados por la marca pretendida son complementarios con los productos identificados por la marca registrada por nuestra poderdante en clase 24 (Certificado No. 573693), toda vez que los hilos e hilados de la clase 23 constituyen la materia prima esencial para la elaboración de los tejidos y demás productos textiles comprendidos en la clase 24.

Esto, teniendo en cuenta que la producción de telas, tejidos y materiales no tejidos requiere necesariamente de los hilos que sirven como base del proceso textil. Así, mientras los productos solicitados representan el insumo inicial/la materia prima, los productos registrados corresponden al resultado de su transformación.

iii) Es completamente razonable que los consumidores asuman que los productos pretendidos por la marca solicitada provienen del mismo origen empresarial que los productos identificados y posicionados por las marcas de titularidad de nuestra representada.

iv) Al estar presentes ambas marcas en el mismo sector textil, compartir los mismos medios de publicidad y consumidor objetivo, son competidores directos, acrecentando el riesgo de confusión y/o asociación en consumidores.

¹ 23: Hilados de caucho recubiertos para uso textil; hilados de fibras regeneradas para uso textil; hilados de materias textiles; hilados para uso textil; hilados sintéticos para uso textil; hilados textiles; hilados textiles de fibras artificiales; hilados textiles de fibras naturales; hilados textiles de fibras sintéticas; hilos e hilados para uso textil; hilos elásticos para uso textil; hilos para uso textil; hilos textiles; hilos textiles de fibras artificiales; hilos textiles de fibras naturales; hilos textiles de fibras sintéticas; hilos textiles de fibras sintéticas o artificiales.

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

Así las cosas, no resultaría extraño que nuestra poderdante, quien cuenta con un posicionamiento de más de 50 años en el sector textil y de hilados, sea relacionada de manera errónea con una marca visual y fonéticamente similar, como lo es la pretendida “CENTERTEX”.

Atendiendo la conexidad competitiva mencionada y en virtud de la teoría de la interdependencia, solicitamos un cotejo marcario riguroso, en procura de salvaguardar los derechos de nuestro poderdante y, principalmente, del consumidor.

(...)

En el presente caso, la marca solicitada se encuentra compuesta por las expresiones “CENTERTEX FIBRAS TEXTILES”, siendo “CENTERTEX” la de mayor recordación dentro del conjunto marcario, ya que las expresiones “FIBRAS TEXTILES”, además de su minúsculo tamaño en el conjunto pretendido, son genéricas al referirse directamente a los productos de la clase 23 Internacional de la Clasificación Niza que pretende identificar: hilados textiles de fibras naturales; hilados textiles de fibras sintéticas.

Así las cosas, el cotejo debe realizarse entre los elementos nominativos “CENTERTEX” vs. “COMERTEX”.

Así las cosas, al observar los signos de manera sucesiva, encontramos que son confundibles en virtud de su composición gramatical y su fonética, que derivan en una impresión cercana por parte del público consumidor.

(...)

Las marcas cotejadas son casi idénticas en su aspecto gramatical y ortográfico, al contar con:

a. Igual cantidad de sílabas: Tres (3) sílabas

b. Igual terminación: -ERTEX

c. Similar extensión: La marca solicitada cuenta con 9 letras, y la marca registrada con 8 letras

d. Similar cadena consonántica: C / R – T - X

e. Similar cadena vocálica: - E - E

Por lo anterior, y el hecho de que la marca solicitada no cuente con expresiones adicionales distintivas, conlleva a que las marcas cotejadas se perciban/asocien como relacionadas.

(...)

El conjunto conformado por ambos signos comparten la misma disposición: tanto en el signo solicitado “CENTERTEX” como la marca registrada “COMERTEX”, se



observa una figura circular con gamas cromáticas que combinan el azul y el blanco, con hilos o líneas curvas adentro de la circunferencia y acompañadas en la parte inferior por las expresiones “CENTERTEX” y “COMERTEX”, en una tipografía con espaciados similares y centradas en relación

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

con el gráfico circular superior que las acompañan:



Las similitudes mencionadas, aunado exactamente al mismo sector en que se encuentran ambos signos, conllevan pensar que tal “coincidencia” puede derivar en un uso parasitario de la marca de nuestra poderdante y, en todo caso, a un riesgo de asociación/confusión entre empresarios que no tienen ninguna relación.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **Centertex S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Uno de los ejes centrales de la oposición presentada por COMERTEX S.A.S. consiste en afirmar que la coincidencia parcial entre las expresiones “CENTERTEXX” y “COMERTEX” resulta suficiente para configurar un riesgo de confusión o de asociación. Sin embargo, dicho planteamiento desconoce la naturaleza marcariamente débil del elemento “TEX” dentro del sector textil, así como los criterios reiterados de la autoridad administrativa en este tipo de casos.

En efecto, el componente “TEX” es una expresión altamente evocativa y de uso común dentro de la industria textil, en la medida en que remite de forma inmediata al concepto de textil, tejido, hilado o fibra, razón por la cual no puede ser objeto de apropiación exclusiva por parte de un solo titular marcario. En este contexto, la distintividad de los signos que incorporan dicho elemento no puede recaer en ese fragmento, sino en el conjunto marcario apreciado de manera integral.

La doctrina especializada ha sido clara al señalar que, cuando una marca se compone de elementos de uso común dentro de un determinado sector económico, tales componentes deben considerarse marcariamente débiles, lo que reduce de forma significativa su incidencia en el análisis de confundibilidad. En estos eventos, la capacidad distintiva del signo debe buscarse en los elementos adicionales que lo conforman y en la forma específica en que estos se combinan.

Así las cosas, la presencia del segmento “TEX” en ambos signos no resulta determinante para efectos del cotejo marcario, pues se trata de un elemento que necesariamente debe permanecer disponible para los distintos actores del mercado textil, a fin de garantizar la libre competencia y evitar la concesión de monopolios indebidos sobre expresiones genéricas o evocativas del giro ordinario de la actividad.

En consecuencia, pretender que la coincidencia en un componente débil como “TEX” conduzca, por sí sola, a la negación del registro solicitado, implicaría desnaturalizar el análisis de confundibilidad y desconocer que la evaluación debe centrarse en la impresión de conjunto de los signos, atendiendo a sus elementos verdaderamente distintivos.

Desde esta perspectiva, la diferenciación entre las expresiones “CENTER” y “COMER”, así como la configuración gráfica propia de la marca solicitada CENTERTEX FIBRAS TEXTILES (Mixta), adquieren relevancia en el examen marcario y permiten concluir que el signo pretendido cuenta con suficiente capacidad distintiva para coexistir en el mercado sin generar confusión o asociación indebida con las marcas de titularidad de la sociedad opositora.

(...)

Las expresiones “CENTER” y “COMER” presentan diferencias claras desde el punto de vista gráfico, fonético y conceptual, que inciden directamente en la percepción del signo por parte del consumidor. Dichos prefijos no solo difieren en su estructura y pronunciación, sino que evocan ideas empresariales distintas, lo que impide que el público los perciba como provenientes de un mismo origen empresarial.

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

En este sentido, la jurisprudencia andina ha reiterado que, cuando los signos comparten elementos débiles, el análisis debe concentrarse en los elementos diferenciadores, los cuales, en el presente caso, resultan suficientes para descartar la confundibilidad.

(...)

Tratándose de marcas mixtas, el componente gráfico adquiere especial relevancia en la identificación del signo en el mercado. En el presente caso, la marca solicitada CENTERTEX FIBRAS TEXTILES (Mixta) cuenta con una configuración gráfica propia, compuesta por una disposición específica de elementos visuales, tipografía, proporciones y composición general que la distinguen claramente de las marcas registradas por la sociedad opositora.

Si bien ambas marcas incorporan referencias visuales asociadas al sector textil -lo cual resulta natural dada la naturaleza de los productos que distinguen-, ello no implica que exista identidad o semejanza gráfica relevante, pues tales recursos gráficos responden a un lenguaje visual común del sector, sin que por ello se configure un uso parasitario o una imitación indebida.

El análisis gráfico, apreciado desde la impresión de conjunto, permite concluir que el consumidor puede identificar sin dificultad la marca solicitada y diferenciarla de las marcas previamente registradas.

(...)

Desde el punto, de vista conceptual, los signos en conflicto evocan ideas distintas. La expresión "CENTER" sugiere nociones asociadas a centralidad, núcleo u organización, mientras que "COMER" remite a conceptos relacionados con lo comercial o mercantil. Esta diferencia conceptual contribuye a reforzar la capacidad distintiva de la marca solicitada y a reducir cualquier posibilidad de asociación indebida.

Así, aun cuando ambos signos se desarrollan dentro del mismo sector económico, la idea que proyectan en la mente del consumidor no es coincidente, lo cual resulta relevante en el análisis de confundibilidad.

(...)

El análisis debe efectuarse, además, teniendo en cuenta el público relevante. En el presente caso, los productos identificados en la clase 23 están dirigidos a un público con un mayor grado de especialización, que suele realizar decisiones de compra informadas y técnicas, lo cual disminuye significativamente el riesgo de confusión.

En mercados especializados como el textil, el consumidor presta atención a la procedencia empresarial, a las características del producto y a los elementos distintivos de la marca, lo que refuerza la posibilidad de coexistencia pacífica entre signos que, como en este caso, presentan diferencias suficientes en su conjunto.

(...)

Del análisis integral efectuado a lo largo de la presente contestación se concluye que no se configura la causal de irregistrabilidad prevista en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, toda vez que la marca solicitada CENTERTEX FIBRAS TEXTILES (Mixta), apreciada en su impresión de conjunto, cuenta con suficiente capacidad distintiva y no genera un riesgo real de confusión ni de asociación respecto de las marcas previamente registradas por la sociedad opositora.

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

En efecto, la coincidencia parcial en el elemento "TEX", de naturaleza evocativa y marcariamente débil dentro del sector textil, no resulta determinante para el cotejo marcario, siendo claro que las diferencias denominativas, gráficas y conceptuales, así como las condiciones del público relevante, permiten la coexistencia pacífica de los signos en el mercado sin afectación a derechos de terceros ni al consumidor.

En consecuencia, la oposición presentada no desvirtúa la registrabilidad del signo solicitado ni acredita los supuestos exigidos por la normativa aplicable para impedir su registro."

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

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

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	Comertex	COMERTEX S.A.S.	13048940	10	23	Marca	31/10/2033	Registrada
Mixta	COMERTEX		SD2017/0020364	11	24	Marca	13/09/2027	Registrada
Mixta	COMERTEX		SD2019/0071056	11	20	Marca	11/02/2030	Registrada
Nominativa	COMERTEX		93383111	7	24	Marca	21/02/2034	Registrada
Mixta	COMERTEX		08034354	9	17	Marca	29/01/2029	Registrada
Mixta	COMERTEX		08034365	9	24	Marca	29/01/2029	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 CENTERTEX FIBRAS TEXTILES	 COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX Comertex (Nominativa)

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o

- 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° SD2025/0016400

*más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)*⁴.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁵

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

⁵ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...). Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.*
- ii) Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)"⁶*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁷ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- "a) **Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética.** Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.*
- b) **Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)***
- c) **Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar,** ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*
- d) **Se debe observar el orden de las vocales,** toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.*
- e) **Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor,** pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*
- f) **Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.**"⁸*

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados CENTERTEX FIBRAS TEXTILES / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX presentan cierta semejanza, al compartir algunas partículas, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales del orden gramatical (**CENTERTEX FIBRAS TEXTILES / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX / COMERTEX**)

⁶ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁷ "Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso

⁸ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0016400

que generan que al ser pronunciados, transcritos y visualizados produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Las marcas analizadas no son confundibles entre sí. En efecto, al ser pronunciadas por el consumidor **CENTERTEX FIBRAS TEXTILES** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX**, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no comparten la mayoría de sus letras, ni su disposición dentro del conjunto y mucho menos su efecto sonoro, debido a que la pronunciación de la raíz “CENT” es totalmente diferente a la pronunciación de la raíz “COM”.

En el plano ortográfico, los signos confrontados presentan distintas cadenas consonánticas, vocálicas y silábicas (**CENTERTEX FIBRAS TEXTILES** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX**) que hacen que se emita una impresión en conjunto diferente. Así, la coincidencia en algunas letras no puede ser precepto de negación de los signos, comoquiera que los elementos adicionales que los conforman permiten su fácil diferenciación.

Cabe señalar que, los vocablos **CENTERTEX FIBRAS TEXTILES** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** / **COMERTEX** se consideran diferenciables para el consumidor medio, ya que las letras añadidas por la opositora ofrecen una primera impresión diversa, máxime teniendo en cuenta que las marcas débiles se caracterizan por tener en común algunos prefijos, sufijos o vocablos que se asocian a las características de los productos (TEX = Textiles).

Lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que 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, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Comertex S.A.S.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **CENTERTEX FIBRAS TEXTILES** (Mixta).



Reivindicación de colores:

Azul



Ref. Expediente N° SD2025/0016400

Morado

CMYK: 100, 82, 50, 62

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

23: Hilados de caucho recubiertos para uso textil; hilados de fibras regeneradas para uso textil; hilados de materias textiles; hilados para uso textil; hilados sintéticos para uso textil; hilados textiles; hilados textiles de fibras artificiales; hilados textiles de fibras naturales; hilados textiles de fibras sintéticas; hilos e hilados para uso textil; hilos elásticos para uso textil; hilos para uso textil; hilos textiles; hilos textiles de fibras artificiales; hilos textiles de fibras naturales; hilos textiles de fibras sintéticas; hilos textiles de fibras sintéticas o artificiales.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Centertex S.A.S.
Calle 64 # 113-58
Bogotá D.C.
Colombia

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **Centertex S.A.S.**, solicitante del registro y a la sociedad **Comertex S.A.S.**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS