

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29269

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

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 22 de mayo de 2025, el señor **Wilmar Santiago Giraldo Grisales**, solicitó el registro de la Marca **VRAVA (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1073 del 17 de julio de 2025, el señor **Guillermo Augusto Gomez Botero** 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:

“Al comparar los signos previamente representados, “VRAVA” marca solicitada a registro y “BRAVO” (marca previamente registrada), se observa que el signo solicitado a registro reproduce totalmente las marcas previamente solicitadas por mi cliente.

Es claro que la marca solicitada a registro reproduce la totalidad de las marcas previamente registradas, ambas se pronuncian igual (parte sonora) y al observarlas tenemos que la expresión “BRAVO” de las marcas de mi representado tienen la ortografía original y que la marca solicitada a registro hace unos cambios de tal forma que suenan igual, pero en su escritura la marca solicitada cambia la letra “B” por la letra “V” y cambia la letra “O” por la letra “A” que no le imprime distintividad al signo.

En efecto, debe resaltarse que el elemento predominante del signo solicitado en el presente trámite es la expresión “VRAVA”, por lo cual existe una fuerte similitud entre este y el signo de mi representado, “BRAVO”. Tal y como se anotó anteriormente.

a) Relación entre productos y/o servicios

El signo solicitado a registro, “VRAVA”, pretende distinguir: VESTIDOS, CALZADOS Y SOMBRERERÍA, productos pertenecientes a la clase 25 internacional.

Por su parte, las marcas previamente registradas, “BRAVO” en especial la que protege productos de la clase 25 Internacional principal objeto de esta oposición, identifica: VESTIDOS, CALZADO Y SOMBRERERÍA; los mismos que pretende proteger el signo solicitado a registro.

De esta manera se observa que los signos confrontados de concederse el registro de la marca solicitada protegen productos de la clase 25 Internacional son idénticos, por lo que, de concederse en registro al signo solicitado, se generaría riesgo de confusión en el mercado.

Teniendo en cuenta los argumentos expuestos anteriormente, se concluye que el signo solicitado a registro se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad

¹ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

contemplada en el artículo 136, literal a), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina y, por ende, debe ser negado por la Dirección de Signos Distintivos.

Mi representado GUILLERMO AUGUSTO GÓMEZ BOTERO, OPOSITOR, tiene legítimo interés para presentar esta oposición, en razón a que tiene protección legal, por las marcas previamente registradas en las clases 8, 11, 14, 18, 21, 24, 25, y 35 Internacional de Niza, teniendo en cuenta el signo solicitado a registro está reproduciendo casi la totalidad de la marca, lo que hace es cambiarle la “B” por la letra “V”; y la letra “O”, por la letra “A” le agrega a la expresión dos candeleros en sus extremos, es claro que al ser observada inmediatamente se confunde con las marcas de mi representado y piensan que es una nueva marca de éste, cuando no lo es. El signo solicitado a registro como marca es similar y en consecuencia confundible con las marcas previamente registradas, en especial la de la clase 25 Internacional de Niza entre otros productos y servicios que no le imprime distintividad.

En resumen, el derecho al uso exclusivo del vocablo “BRAVO” para proteger productos y servicios de las clases 8, 11, 14, 18, 21, 24 y 35 y en especial la clase 25 internacional de Niza lo tiene mi prohijado ya que tiene seis (7) marcas previamente registradas, guardan estrecha conexión competitiva con los productos y servicios del signo a registrar “VRAVA” que es casi lo mismo que pronunciar “BRAVO”, (cambia la letra B por la V y la letra “O” por la “A”, ninguna distintividad adquiere al hacer estos cambios no le imprime suficiente distintividad al signo, es similarmente confundible con la expresión “BRAVO”, por ello no es viable la protección de una marca que incluya tal vocablo de las marcas previamente registradas. Cabe resaltar que pretende proteger en especial productos de la clase 25 que guarda estrecha relación (conexión competitiva) con las marcas previamente registradas de mi representado.

Es evidente que la marca “VRAVA”, para la generalidad del público creará que se encuentra vinculada a la marca del creador Señor GUILLERMO AUGUSTO GÓMEZ BOTERO, que es “BRAVO”, al cual le atribuirán el origen de cualquier producto o servicio que lleve la expresión del signo a registrar “VRAVA” similarmente confundible con las marcas de mi cliente.

(...)

CONFUSIÓN VISUAL – El simple cotejo visual permite observar efectivamente que el solicitante del registro de la marca quiere registrar la expresión “VRAVA” le cambia la letra “B” por la letra “V” y al final le cambia la letra “O” por la “A”, ninguna distintividad le imprime, indudablemente aquí se vislumbra mala fe por parte del solicitante del registro, una gran similitud existente entre los signos, por cuanto:

- El signo, reproduce casi la totalidad de las marcas previamente registradas solo le hace unos pequeños cambios, pero sigue siendo similarmente confundible con las marcas registradas de mi prohijado, es la parte predominante de las marcas.*
- La similitud entre los signos es tan grande que incluso en el evento en que el consumidor se detuviera a analizar detenidamente cada una de éstas, le resultaría imposible diferenciar un signo del otro, con el consecuente perjuicio para sus propios intereses y los de mi representado.*
- Por ende, resulta válido afirmar que el signo “VRAVA” (M) imita la expresión predominante de las marcas de mi representado las cuales son usadas ampliamente en Colombia.*
- Lo anterior demuestra que el signo “VRAVA” (M) solicitado a registro carece de distintividad, elemento necesario para acceder al registro de una expresión como marca.*

Fonéticamente, la simple pronunciación sucesiva de los signos en conflicto

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

demuestra su identidad, teniendo en cuenta que la marca solicitada comprende casi la totalidad de la marca de mí representado, solo cambia unas letras, pero al pronunciarse suenan igual, solo que una tiene género femenino y otro género masculino:

Ortográficamente, las marcas en conflicto comparten su extensión, escritura, solo que el signo solicitado cambia la letra inicial de la marca registrada “B” por la letra “V”, y al finalizar la palabra cambia la letra “O” de la marca registrada por la letra “A”, cambios que sustancialmente no le dan distintividad al signo para ser registrado como marca.

(...)

Fonéticamente, la simple pronunciación sucesiva de los signos en conflicto demuestra su casi identidad, teniendo en cuenta que la marca solicitada comprende casi la totalidad de la palabra tónica de la marca la de mi cliente, “BRAVO” su género es masculino y el género del signo solicitado, aunque le cambie la ortografía es femenino “VRAVA”:

Lo anterior hace evidente y reafirma la enorme similitud que se presenta entre las expresiones, de tal manera que el consumidor medio, esto es desprevenido por naturaleza, puede incurrir fácilmente en error máximo si se tiene en cuenta que estarían destinadas a distinguir productos y servicios de las clases Internacional que guardan estrecha conexión competitiva entre sí.

El hecho de que los signos puedan tener los mismos canales de comercialización hace que sea más factible que se presente confusión y riesgo de asociación para el consumidor ya que no se requiere que sea un consumidor especializado. Se trata entonces, del consumidor medio, común y corriente que no tiene que hacer mayores elucubraciones al momento de realizar la compra del producto o servicio que requiere.

Ortográficamente, las marcas en conflicto comparten en casi toda su extensión, escritura, similitudes éstas que surgen del hecho de que comparten casi la totalidad de la expresión “BRAVO”, la cual cabe anotar, conforma por si sola la marca de propiedad de mi representado.

Ideológicamente, es indudable la confusión entre los signos, en razón a que la marca solicitada reproduce e imita casi la totalidad de la palabra tónica y única de la marca de mi cliente.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, el señor **Wilmar Santiago Giraldo Grisales**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“La función principal de la marca, es identificar los productos o servicios de un fabricante o comerciante para distinguirlos de los de igual o similar naturaleza, pertenecientes a otra empresa o persona. Ahora bien, el signo solicitado “VRAVA” es una denominación diferenciable con la marca : “BRAVO”

Por consiguiente, la oposición presentada en contra de VRAVA , carece de fundamentos legales para prosperar, permitiendo el registro de esta, considerando que NO existe la posibilidad que se presenten riesgos de confusión entre los signos distintivos en estudio, Maxime si se tiene en cuenta que el signo :BRAVO es de aquellos considerados como de aquellas marcas débiles debido a que está compuesta de una palabra de uso común, permitiendo así, la coexistencia pacífica de las marcas,

No obstante, de la oposición infundada, analizados preliminarmente los signos en su conjunto, se determinan y/o concluyen las variaciones introducidas por el signo solicitado,

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

las que logran imprimirle la suficiente distintividad para coexistir pacíficamente en el mercado ,por que no es lo mismo decir o expresar : "VRAVA" a la marca "Bravo"

Lo anterior se logra distinguir además en el sonido fonético y/o tónico que hacen notable la gran diferencia, pues la oposición que se alega es que supuestamente "ambas se pronuncian igual", que el cambio de letras es irrelevante. Esto es incorrecto desde la perspectiva lingüística y fonética del consumidor medio.

Si bien, ambas son bisílabas, pero la fonética de la vocal "A" final, cambia la musicalidad en la pronunciación , de tal manera, el sonido de la "B" y la "V" es a menudo similar (bilabial), la articulación visual y la conciencia ortográfica del público sí genera una distinción mental clara al oír y ver las palabras o denominaciones en cada signo o marca a comparar articulación visual y la conciencia ortográfica del público sí genera una distinción .

En tal caso comparativo Este es el punto más fuerte. La terminación "O" Bravo- vs. Vrava "A" modifica totalmente la percepción auditiva, la estructura melódica y el género gramatical de la palabra

Respecto de la diferenciación por conceptualización ideológica, La oposición alega que la confusión ideológica es indudable, pues VRAVA imitaría la palabra tónica y única de la marca: BRAVO.

El opositor desconoce el Significado Lingüístico Distinto; pues "BRAVO": tiene una carga de emotividad en la semántica específica en el lenguaje español como referirse a valiente, feroz, enojado, o incluso como una forma muy coloquial de manifestar "excelencia" etc.

Ahora bien, en cuanto al signo solicitado "VRAVA", este como tal es un signo arbitrario Carece de significado directo en el español. Es una creación arbitraria y de fantasía que se distingue de la connotación directa de "BRAVO". Este carácter caprichoso y artificial le otorga una mayor distintividad intrínseca que haría que el consumidor medio o poco informado , pueda palmariamente diferenciar ambos signos a la hora de hacer su elección en el mercado , lo que implica que en la mente del consumidor , nunca va ser idénticas o semejantes entre sí, lo que da suficientes características diferenciadoras, las cuales acompañadas de los demás elementos nominativos que las componen, permiten individualizarse e identificarse cada una sin generar confusión alguna en el consumidor final.

(...)

En el signo solicitado:" VRAVA" visualmente en su parte grafica de la etiqueta o arte publicitario, tiene su propia fuente o tipo de letra con la denominación:" VRAVA" en color blanco sobre fondo de color negro y a lado y lado de la denominación "VRAVA" tiene un símbolo t simulando una llama ardiendo en color amarillo y naranjado a la misma altura de las letras de la palabra "VRAVA" en especie de dos "candeleros" como elementos figurativos que decoran y diferencian la identidad extrínseca del signo: "VRAVA".

En tanto que el signo opositor: "BRAVO" se diferencia Gráficamente con la silueta un toro en color negro monocromático, como la imagen adjunta revela que la marca BRAVO que representa figurativa e ideológicamente un elemento denominativo que se refiere a un toro tipo o de casta "lidia" de perfil, con una postura de fuerza y agresividad con la cola levantada y joroba marcada tipo cebú. Las astas son grandes y curvas, proyectando una imagen de virilidad, bravura, y combatividad, este elemento gráfico es altamente dominante y capta inmediatamente la atención del consumidor, en consecuencia, La palabra "BRAVO" en mayúsculas, ubicada directamente debajo de la silueta del toro, tiene como función reforzar "TORO BRAVO" "del gráfico, ya que "bravo" es un adjetivo directamente aplicable a la cualidad intrínseca del animal representado.

En este caso, el elemento figurativo del toro, es el centro de atención del consumidor, y el

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

término BRAVO actúa como un o refuerzo semántico del concepto visual del toro. La marca es conocida por su símbolo y no como la marca o el Signo : "VRAVA" que quiere hacer pretender el Opositor. La marca solicitada "VRAVA" carece por completo de este componente figurativo. En la comparación de marcas mixtas, si el elemento dominante, el gráfico, no se reproduce, la similitud en el elemento secundario (la palabra) es insuficiente para configurar la causal de irreregistrabilidad. la palabra "bravo" es sugerente, no arbitraria como sí lo es la denominación : "VRAVA"

El término BRAVO no es arbitrario para el gráfico, sino que lo describe. Esto disminuye su fuerza distintiva intrínseca frente al componente visual. La marca "VRAVA", al ser un neologismo distintivo sin relación alguna con toros o animales, lo cual no se demuestra como evidencia en la oposición , no aprovecha ni imita la principal fuente de goodwill del opositor como lo expresa el opositor al tratar de insinuar licencia de uso de marca." BRAVO"

Refutación de la Mala Fe: La alegación de "mala fe" es insostenible, ya que, si el solicitante hubiera querido copiar la marca, habría reproducido el símbolo del toro, que es el signo más notorio y reconocido por el público. Al limitarse a un neologismo distinto "VRAVA" que fonéticamente difiere de "BRAVO", se demuestra la diferenciación del origen empresarial respectivamente para cado signo o marca compara objetivamente a las reglas del examinador de la propia SIC."

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 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:

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

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. (...).

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

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

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	BRAVO TECHNOLOGY	GUILLERMO AUGUSTO GOMEZ BOTERO	SD2021/0120871	11	8	Marca	04/10/2032	Registrada
Mixta	BRAVO TECHNOLOGY		SD2021/0120887	11	21	Marca	30/01/2033	Registrada
Mixta	BRAVO TECHNOLOGY		SD2021/0120897	11	35	Marca	18/10/2032	Registrada
Mixta	BRAVO		13191147	10	25	Marca	24/01/2034	Registrada
Mixta	BRAVO		10003881	9	25	Marca	27/07/2030	Registrada
Mixta	BRAVO		10077412	9	14	Marca	30/11/2030	Registrada
Mixta	BRAVO		10077414	9	18	Marca	12/01/2031	Registrada
Mixta	BRAVO		10077410	9	24	Marca	30/11/2030	Registrada

Facultad oficiosa de la Administración del signo solicitado para distinguir productos de la Clase 25 Internacional.

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que los siguientes registros marcarios deberán ser tenidos en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información

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° SD2025/0048761

relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	BRAVA THE ANGRY BRAND	CLEMENTINE DAVIES ANCIAUX	SD2024/0121787	12	25	Marca	20/01/2036	Registrada
Mixta	BRAVAH	STANTON S.A.S.	00042331	7	25	Marca	16/07/2031	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 VRAVA	  BRAVO TECHNOLOGY / BRAVO TECHNOLOGY / BRAVO TECHNOLOGY / BRAVO / BRAVO / BRAVO / BRAVO / BRAVO
Antecedentes	
 BRAVA THE ANGRY BRAND / BRAVAH	

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 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:

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.



Ref. Expediente N° SD2025/0048761

“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.

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁵ 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.”**⁶*

Análisis comparativo con las marcas opositoras.

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**VRAVA**” en caracteres especiales y acompañada de dos llamas de fuego. Por otra parte, las marcas opositoras

⁵ “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.

⁶ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

son de naturaleza mixta, compuestas principalmente por la expresión “**BRAVO**” en caracteres especiales y acompañada de la figura de un toro.

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el elemento preponderante en su respectivo conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en la mente del consumidor y sopesan el grado de recordación sobre determinado producto por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado reproduce casi en su totalidad el elemento característico y de mayor recordación que hace parte de las marcas previamente registradas, conllevando a que las marcas al momento de ser confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares VRAVA / BRAVO TECHNOLOGY / BRAVO TECHNOLOGY / BRAVO TECHNOLOGY / BRAVO / BRAVO / BRAVO / BRAVO / BRAVO situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la sustitución de la letra “B” por la “V” y la sustitución de la letra “O” por la “A”, desde el plano fonético no logra proporcionar una pronunciación diferente.

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Finalmente, desde el plano conceptual, es importante manifestar que las marcas objeto de confrontación generan la misma idea en la mente del consumidor, en la medida que las mismas provienen del término BRAVO/A⁷ (Dicho de un animal: Fiero o feroz).

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Los signos registrados identifican:

Expedientes

Productos y servicios

13191147

25: Para la producción de; vestuario para hombres, mujeres y niños tales como cinturones, vestidos de cuero e imitaciones de cuero, camisas, blusas, sacos, suéteres, chalecos, chaquetas, pantalones, jeans, faldas, medias, gabardinas, impermeables, corbatas,

⁷ <https://dle.rae.es/bravo>

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

corbatines, bufandas, chales, delantales, tirantas, guantes, sombreros, gorras, pavas, cachuchas, ropa deportiva como shorts, camisetas, sudaderas, ropa de dormir, levantadoras, vestidos de baño, ropa interior, ropa para bebé, toda clase de calzado, y todo lo referente a prendas o accesorios para vestir.

- | | |
|----------------|--|
| 10003881 | 25: Vestidos, calzados, sombrerería. |
| SD2021/0120871 | 8: Herramientas e instrumentos de mano accionados manualmente; artículos de cuchillería, tenedores y cucharas. |
| 10077412 | 14: Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado no comprendidos en otras clases; joyería, bisutería, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos. |
| 10077414 | 18: Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería. |
| SD2021/0120887 | 21: Aparatos y utensilios que funcionan manualmente para uso doméstico y culinario, así como los utensilios de tocador y utensilios cosméticos, los artículos de cristalería y ciertos productos de porcelana, cerámica, loza, barro cocido o vidrio. |
| 10077410 | 24: Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama y de mesa.. |
| SD2021/0120897 | 35: Compra, venta, importación, exportación, comercialización; Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina, ventas por internet. |

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 25 Internacional.

Identidad: La Dirección observa que dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto, en lo que se refiere a **Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería / Vestidos, calzados, sombrerería**, no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

De esta manera, sin efectuar mayor análisis, dada su obvia identidad, es claro que los mismos comparten la misma naturaleza y finalidad, lo cual supone que el consumidor al acceder a los mismos podrá incurrir en riesgo de confusión al pensar erradamente que tales productos provienen de un único empresario.

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

Conexión competitiva con oposición entre productos de las Clases 14, 18 y 25 Internacional.

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como *“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. (...)”*⁸.

Como podemos advertir, las prendas de vestir de la clase 25 (Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería), (los baúles y maletas; paraguas clase 18), y la joyería, bisutería, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos de la clase 14 pertenecen al mismo sector de la moda, y se utilizan para el cuidado del arreglo personal, de manera que es habitual que dentro del mercado aquellos empresarios que fabrican prendas de vestir incursionen en la comercialización de baúles, maletas, joyas y relojes, o viceversa, dado que van dirigidos a un mismo mercado objetivo y pueden aprovechar una misma infraestructura empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

De conformidad con lo anterior, los productos distinguidos por el signo previo están enfocados específicamente en satisfacer una necesidad afín de los productos identificados por la marca solicitada, por lo que es posible que el consumidor razonablemente entienda que quien se encarga de fabricar y comercializar los productos solicitados también se dedica a la fabricación y comercialización de los productos previamente registrados, máxime al tratarse de marcas tan similares.

Por lo tanto, en atención al criterio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de las marcas antecedentes, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Aunado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor a través de similares canales de comercialización, hecho que genera mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

Por lo anterior es que se predica que estos productos pueden compartir los mismos medios publicitarios y promocionales, en donde además es usual que se predique el uso conjunto, lo que incrementa el riesgo de confusión en el consumidor.

Finalmente, dada la similitud de los signos y el elemento coincidente entre los signos, resulta pertinente tener en cuenta lo estipulado por la teoría de la interdependencia, la cual ha sido reconocida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de la siguiente manera:

“cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados (STJCE, de 22 de junio de 1999 Caso Lloyd)” (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475⁹)

En virtud de lo anterior, al aplicar la mencionada teoría, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, lo cual no se da en el caso en comento.

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.

Análisis comparativo con las marcas citadas de oficio.

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**VRAVA**” en caracteres especiales y acompañada de dos llamas de fuego. Por otra parte, las marcas citadas de oficio son de naturaleza mixta, compuestas principalmente por las expresiones “**BRAVA THE ANGRY BRAND / BRAVAH**” en caracteres especiales.

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el elemento preponderante en su respectivo conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en la mente del consumidor y sopesan el grado de recordación sobre determinado producto por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con estas marcas en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado reproduce casi en su totalidad el elemento característico y de mayor recordación que hace parte de las marcas previamente registradas, conllevando a que las marcas al momento de ser confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares **VRAVA / BRAVA THE ANGRY BRAND / BRAVAH** situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la sustitución de la letra “B” por la “V”, desde el plano fonético no logra proporcionar una pronunciación diferente, puesto que generar una tonalidad fonética idéntica al estar precedidas de las letra “RA” (VRA /BRA).

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

⁹ TJCA, PROCESO N° 135-IP-2004.

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

Finalmente, desde el plano conceptual, es importante manifestar que las marcas objeto de confrontación generan la misma idea en la mente del consumidor, en la medida que las mismas provienen del término BRAVA¹⁰ (Dicho de un animal: Fiero o feroz).

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Los signos registrados identifican:

Expedientes	Productos y servicios
-------------	-----------------------

SD2024/0121787	25: Camisetas; camisetas con logotipos de diseño.
----------------	--

00042331	25: Vestidos, calzados, sombrerería.
----------	---

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 25 Internacional.

Identidad: La Dirección observa que dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto, en lo que se refiere a **Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería / Vestidos, calzados, sombrerería**, no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

De esta manera, sin efectuar mayor análisis, dada su obvia identidad, es claro que los mismos comparten la misma naturaleza y finalidad, lo cual supone que el consumidor al acceder a los mismos podrá incurrir en riesgo de confusión al pensar erradamente que tales productos provienen de un único empresario.

Por otra parte, en virtud de la relación género – especie entra los productos objeto de comparación, es viable considerar que productos tales como prendas de vestir abarcan productos tales como Camisetas; camisetas con logotipos de diseño.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de

¹⁰ <https://dle.rae.es/bravo>

Ref. Expediente N° SD2025/0048761

irregistrabilidad 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 fundada la oposición interpuesta por parte del señor **Guillermo Augusto Gómez Botero**.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **VRAVA (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹¹, solicitada por parte del señor **Wilmar Santiago Giraldo Grisales**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar al señor **Wilmar Santiago Giraldo Grisales**, solicitante del registro y al señor **Guillermo Augusto Gómez Botero**, opositor, 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 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 22 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

¹¹ **25:** Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.