

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 49166

Ref. Expediente N° SD2025/0118822

Por la cual se niega un registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 14 de noviembre de 2025, TRANSFORMATIVE VENTURES COLOMBIA S.A.S., solicitó el registro de la Marca **AJARA** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1100, 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 cosméticos; aceites cosméticos para la piel; aceites de protección solar [cosméticos]; aceites para bronceado [cosméticos]; aceites para después del sol [productos cosméticos]; almohadillas de limpieza impregnadas con cosméticos; almohadillas de limpieza impregnadas con productos cosméticos; almohadillas de limpieza impregnadas de cosméticos; almohadillas limpiadoras impregnadas de productos cosméticos; autobronceadores [cosméticos]; bloqueador solar [cosméticos]; colonias, perfumes y productos cosméticos; coloretes cosméticos; cosméticos; cosméticos de belleza; cosméticos en forma de cremas; cosméticos en forma de geles; cosméticos en forma de lociones; cosméticos en forma de polvos; cosméticos en polvo; cosméticos naturales; cosméticos no medicinales; cosméticos para broncear la piel; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos para el cabello; cosméticos para el cuero cabelludo; cosméticos para el cuidado del cuerpo; cosméticos para el uso sobre la piel; cosméticos para las cejas; cosméticos para los labios; cosméticos para pestañas; cosméticos para tratamiento de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza cosméticos para el cuidado de belleza; cosméticos para uso personal; cosméticos que no sean para uso médico; cosméticos y preparaciones de cuidado personal; cosméticos y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas corporales [cosméticos]; cremas de limpieza [productos cosméticos]; cremas de noche [cosméticos]; cremas hidratantes para la piel [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas limpiadoras [cosméticos]; cremas limpiadoras cutáneas con propiedades suavizantes [cosméticos]; limpiadores hidratantes [cosméticos]; cremas para la cara [cosméticos]; cremas reparadoras para la piel [cosméticos]; cremas y geles cosméticos para cara, manos y cuerpo; cremas y geles cosméticos para rostro, manos y cuerpo; delineadores [cosméticos] para los ojos; endurecedor de uñas [cosméticos]; endurecedores de uñas [cosméticos]; esmaltes de base para las uñas [productos cosméticos]; exfoliantes con fines cosméticos; exfoliantes corporales cosméticos; exfoliantes cosméticos corporales; filtro solar [cosméticos]; gases con fines cosméticos; geles bronceadores [cosméticos]; geles corporales y faciales [cosméticos]; geles cosméticos; geles hidratantes [cosméticos]; geles para después del sol [productos cosméticos]; geles para el cuerpo [cosméticos]; geles para el cuerpo y la cara [cosméticos]; geles para la cara [cosméticos]; hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la cara [cosméticos]; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; jabones cosméticos; limpiadores cosméticos faciales; limpiadores cosméticos para el acné; limpiadores cosméticos para la piel; limpiadores cutáneos con propiedades suavizantes [cosméticos]; limpiadores cutáneos [cosméticos]; limpiadores cutáneos [productos cosméticos]; limpiadores de la piel [cosméticos]; limpiadores de la piel [productos cosméticos]; limpiadores faciales [cosméticos]; limpiadores faciales [productos cosméticos]; limpiadores para pinceles cosméticos; loción corporal hidratante [cosméticos]; lociones autobronceadoras [cosméticos]; lociones autobronceadoras [productos cosméticos]; lociones corporales hidratantes [cosméticos]; lociones de bronceado [cosméticos]; lociones faciales [cosméticos]; lociones hidratantes [cosméticos]; lociones hidratantes [productos cosméticos] para la piel; lociones hidratantes para el cuerpo [cosméticos]; lociones hidratantes para la piel [cosméticos]; lociones no medicinales para el cuidado de la piel [cosméticos]; lociones para el cuidado de la piel [cosméticos]; lociones para la piel [productos cosméticos]; maquillaje [cosméticos]; mascarillas cutáneas [cosméticos]; mascarillas faciales [productos cosméticos]; mascarillas para el cutis [cosméticos]; mascarillas para la piel [cosméticos]; pañitos cosméticos prehumedecidos; polvos cosméticos; polvos cosméticos faciales; polvos faciales [cosméticos]; polvos faciales cosméticos; polvos faciales cosméticos de color blanco; productos cosméticos, a saber, leches, lociones y emulsiones; productos cosméticos, a saber, lociones; productos cosméticos de baño y ducha; productos cosméticos en aerosol para el cuidado de la piel; productos cosméticos en forma de cremas; productos cosméticos en forma de polvos; productos cosméticos no medicinales; productos cosméticos para el baño; productos cosméticos para el baño y la ducha; productos cosméticos para el cabello y el cuero cabelludo; productos cosméticos para el cuidado corporal; productos cosméticos para el cuidado de la piel; productos cosméticos para el cuidado del cabello y el cuero cabelludo; productos cosméticos para la piel; productos cosméticos para las pestañas; productos cosméticos para los labios; productos cosméticos para proteger la piel contra los rayos del sol; productos cosméticos para uso personal; productos cosméticos que no sean para uso médico; productos cosméticos y de belleza; productos cosméticos y de maquillaje; productos cosméticos y de tocador; productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; protectores solares para los labios [cosméticos]; toallas de papel para las manos impregnadas de cosméticos; toallas de papel para las manos impregnadas de productos cosméticos; toallitas de manos de papel impregnadas con cosméticos; toallitas desechables impregnadas con preparados cosméticos para bebés; toallitas impregnadas con preparados cosméticos; toallitas impregnadas de productos cosméticos; tónicos cosméticos; tónicos cosméticos para el rostro; tónicos cosméticos para la cara; tónicos faciales [cosméticos]; tonificadores faciales [cosméticos].

Ref. Expediente N° SD2025/0118822

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

Ref. Expediente N° SD2025/0118822

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ADARA	DISTRIBUCIONES JER	15173926	10	3	Marca	Registrada	27 Dic 2026

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
AJARA	 ADARA

Jurisprudencia

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

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta

proviene del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0118822

predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados AJARA y ADARA son confundibles.

Esta Dirección encuentra que, al comparar “**AJARA**” y “**ADARA**” son similarmente confundibles, dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados; esto en cuanto a la expresión que comparte similitud fonética “A-ARA” de los signos objeto del análisis (AJARA – ADARA).

Así mismo, y en cuanto al análisis ortográfico, se determina un alto nivel de semejanzas en cuanto a su escritura, dada la extensión de los vocablos relevantes y sus sílabas, las similitudes en las raíces y las terminaciones, y la coincidencia en el uso de la mayoría de los elementos nominales que los conforman, ubicados en una posición gramatical similar (A-J-A-R-A / A-D-A-R-A), donde la variación nominal no presenta la fuerza suficiente para desvirtuar la similitud existente; esto es, el reemplazo de la primer consonante “D” por la “J”.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0118822

Clase 3: Aceites cosméticos; aceites cosméticos para la piel; aceites de protección solar [cosméticos]; aceites para bronceado [cosméticos]; aceites para después del sol [productos cosméticos]; almohadillas de limpieza impregnadas con cosméticos; almohadillas de limpieza impregnadas con productos cosméticos; almohadillas de limpieza impregnadas de cosméticos; almohadillas limpiadoras impregnadas de productos cosméticos; autobronceadores [cosméticos]; bloqueador solar [cosméticos]; colonias, perfumes y productos cosméticos; coloretes cosméticos; cosméticos; cosméticos de belleza; cosméticos en forma de cremas; cosméticos en forma de geles; cosméticos en forma de lociones; cosméticos en forma de polvos; cosméticos en polvo; cosméticos naturales; cosméticos no medicinales; cosméticos para broncear la piel; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos para el cabello; cosméticos para el cuero cabelludo; cosméticos para el cuidado del cuerpo; cosméticos para el uso sobre la piel; cosméticos para las cejas; cosméticos para los labios; cosméticos para pestañas; cosméticos para tratamiento de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza cosméticos para el cuidado de belleza; cosméticos para uso personal; cosméticos que no sean para uso médico; cosméticos y preparaciones de cuidado personal; cosméticos y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas corporales [cosméticos]; cremas de limpieza [productos cosméticos]; cremas de noche [cosméticos]; cremas hidratantes para la piel [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas limpiadoras [cosméticos]; cremas limpiadoras [productos cosméticos]; cremas para acondicionar la piel con fines cosméticos; cremas para la cara [cosméticos]; cremas reparadoras para la piel [cosméticos]; cremas y geles cosméticos para cara, manos y cuerpo; cremas y geles cosméticos para rostro, manos y cuerpo; delineadores [cosméticos] para los ojos; endurecedor de uñas [cosméticos]; endurecedores de uñas [cosméticos]; esmaltes de base para las uñas [productos cosméticos]; exfoliantes con fines cosméticos; exfoliantes corporales cosméticos; exfoliantes cosméticos corporales; filtro solar [cosméticos]; gasas con fines cosméticos; geles bronceadores [cosméticos]; geles corporales y faciales [cosméticos]; geles cosméticos; geles hidratantes [cosméticos]; geles para después del sol [productos cosméticos]; geles para el cuerpo [cosméticos]; geles para el cuerpo y la cara [cosméticos]; geles para la cara [cosméticos]; hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la cara [cosméticos]; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; jabones cosméticos; limpiadores cosméticos faciales; limpiadores cosméticos para el acné; limpiadores cosméticos para la piel; limpiadores cutáneos con propiedades suavizantes [cosméticos]; limpiadores cutáneos [cosméticos]; limpiadores cutáneos [productos cosméticos]; limpiadores de la piel [cosméticos]; limpiadores de la piel [productos cosméticos]; limpiadores faciales [cosméticos]; limpiadores faciales [productos cosméticos]; limpiadores para pinceles cosméticos; loción corporal hidratante [cosméticos]; lociones autobronceadoras [cosméticos]; lociones autobronceadoras [productos cosméticos]; lociones corporales hidratantes [cosméticos]; lociones de bronceado [cosméticos]; lociones faciales [cosméticos]; lociones hidratantes [cosméticos]; lociones hidratantes [cosméticos] para la piel; lociones hidratantes para el cuerpo [cosméticos]; lociones hidratantes para la piel [cosméticos]; lociones no medicinales para el cuidado de la piel [cosméticos]; lociones para el cuidado de la piel [cosméticos]; lociones para la piel [productos cosméticos]; maquillaje [cosméticos]; mascarillas cutáneas [cosméticos]; mascarillas faciales [productos cosméticos]; mascarillas para el cutis [cosméticos]; mascarillas para la piel [cosméticos]; pañitos cosméticos prehumedecidos; polvos cosméticos; polvos cosméticos faciales; polvos faciales [cosméticos]; polvos faciales cosméticos; polvos faciales cosméticos de color blanco; productos cosméticos, a saber, leches, lociones y emulsiones; productos cosméticos, a saber, lociones; productos cosméticos de baño y ducha; productos cosméticos en aerosol para el cuidado de la piel; productos cosméticos en forma de cremas; productos cosméticos en forma de polvos; productos cosméticos no medicinales; productos cosméticos para el baño; productos cosméticos para el baño y la ducha;

Ref. Expediente N° SD2025/0118822

productos cosméticos para el cabello y el cuero cabelludo; productos cosméticos para el cuidado corporal; productos cosméticos para el cuidado de la piel; productos cosméticos para el cuidado del cabello y el cuero cabelludo; productos cosméticos para la piel; productos cosméticos para las pestañas; productos cosméticos para los labios; productos cosméticos para proteger la piel contra los rayos del sol; productos cosméticos para uso personal; productos cosméticos que no sean para uso médico; productos cosméticos y de belleza; productos cosméticos y de maquillaje; productos cosméticos y de tocador; productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; protectores solares para los labios [cosméticos]; toallas de papel para las manos impregnadas de cosméticos; toallas de papel para las manos impregnadas de productos cosméticos; toallitas de manos de papel impregnados con cosméticos; toallitas desechables impregnadas con preparados cosméticos para bebés; toallitas impregnadas con preparados cosméticos; toallitas impregnadas de productos cosméticos; tónicos cosméticos; tónicos cosméticos para el rostro; tónicos cosméticos para la cara; tónicos faciales [cosméticos]; tonificadores faciales [cosméticos].

El signo previamente registrado identifica:

Expediente 15173926

Clase 3: Productos capilares.

Conexidad entre los productos de la clase 3 internacional (Principio de Razonabilidad)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. Lo anterior, toda vez que comparten la misma naturaleza, finalidades y usos, en una relación género a especie.

Existe conexión competitiva entre los productos en mención tomando en cuenta que comparten un común denominador consiste en el hecho de que pertenecen a bienes de consumo que satisfacen necesidades relacionadas con el sector de los cosméticos y del cuidado personal, donde satisfacen necesidades relacionadas con la higiene, la belleza y la presentación personal de los consumidores; por ende, es habitual que quien fabrique “*Productos capilares*” incluya dentro de sus productos la fabricación de “*lociones capilares; lociones capilares no medicinales*”; y así mismo, pueda a futuro ampliar su esquema de productos incluyendo “cosméticos naturales; cosméticos no medicinales; cosméticos para el uso sobre la piel; cosméticos para tratamiento de belleza; geles cosméticos; lociones hidratantes para la piel [cosméticos]; productos cosméticos para el baño y la ducha; productos cosméticos para el cabello y el cuero cabelludo; entre otros, los cuales comparten los mismo lugares de aprovisionamiento, normalmente se ponen al alcance de los consumidores en las mismas secciones o en estantes contiguos, de allí a que haya conexidad competitiva por principio de razonabilidad⁵; esta práctica es frecuente en el mercado, donde las empresas desarrollan líneas integrales de productos de cuidado personal identificadas bajo una misma marca; por lo cual, es razonable interpretar que

⁵ COMUNIDAD ANDINA - CAN. TRIBUNAL DE JUSTICIA ANDINA. 100IP. Interpretación Prejudicial. Principio de Razonabilidad: Existe conexidad competitiva por principio de razonabilidad, cuando el consumidor, tomando en cuenta la realidad del mercado “(...) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial. Así, en determinados mercados quien fabrica cerveza, también expende agua embotellada. Signos Involucrados LA MINA STEAK & LOBSTER (mixto) / CAFÉ LA MINA (mixto). Magistrada Ponente: Dra. Cecilia Luisa Ayllón Quinteros. Quito, Ecuador, 14 de junio de 2018.

Ref. Expediente N° SD2025/0118822

estos tienen un mismo origen empresarial, lo que es contrario a la realidad conforme se analiza en el presente caso.

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 **AJARA** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por TRANSFORMATIVE VENTURES COLOMBIA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁶ 3: Aceites cosméticos; aceites cosméticos para la piel; aceites de protección solar [cosméticos]; aceites para bronceado [cosméticos]; aceites para después del sol [productos cosméticos]; almohadillas de limpieza impregnadas con cosméticos; almohadillas de limpieza impregnadas con productos cosméticos; almohadillas de limpieza impregnadas de cosméticos; almohadillas limpiadoras impregnadas de productos cosméticos; autobronceadores [cosméticos]; bloqueador solar [cosméticos]; colonias, perfumes y productos cosméticos; coloretes cosméticos; cosméticos; cosméticos de belleza; cosméticos en forma de cremas; cosméticos en forma de geles; cosméticos en forma de lociones; cosméticos en forma de polvos; cosméticos en polvo; cosméticos naturales; cosméticos no medicinales; cosméticos para broncear la piel; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos para el cabello; cosméticos para el cuero cabelludo; cosméticos para el cuidado del cuerpo; cosméticos para el uso sobre la piel; cosméticos para las cejas; cosméticos para los labios; cosméticos para pestañas; cosméticos para tratamiento de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza cosméticos para el cuidado de belleza; cosméticos para uso personal; cosméticos que no sean para uso médico; cosméticos y preparaciones de cuidado personal; cosméticos y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas corporales [cosméticos]; cremas de limpieza [productos cosméticos]; cremas de noche [cosméticos]; cremas hidratantes para la piel [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas limpiadoras [cosméticos]; cremas limpiadoras [productos cosméticos]; cremas para acondicionar la piel con fines cosméticos; cremas para la cara [cosméticos]; cremas reparadoras para la piel [cosméticos]; cremas y geles cosméticos para cara, manos y cuerpo; cremas y geles cosméticos para rostro, manos y cuerpo; delineadores [cosméticos] para los ojos; endurecedor de uñas [cosméticos]; endurecedores de uñas [cosméticos]; esmaltes de base para las uñas [productos cosméticos]; exfoliantes con fines cosméticos; exfoliantes corporales cosméticos; exfoliantes cosméticos corporales; filtro solar [cosméticos]; gases con fines cosméticos; geles bronceadores [cosméticos]; geles corporales y faciales [cosméticos]; geles cosméticos; geles hidratantes [cosméticos]; geles para después del sol [productos cosméticos]; geles para el cuerpo [cosméticos]; geles para el cuerpo y la cara [cosméticos]; geles para la cara [cosméticos]; hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la cara [cosméticos]; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; jabones cosméticos; limpiadores cosméticos faciales; limpiadores cosméticos para el acné; limpiadores cosméticos para la piel; limpiadores cutáneos con propiedades suavizantes [cosméticos]; limpiadores cutáneos [cosméticos]; limpiadores cutáneos [productos cosméticos]; limpiadores de la piel [cosméticos]; limpiadores de la piel [productos cosméticos]; limpiadores faciales [cosméticos]; limpiadores faciales [productos cosméticos]; limpiadores para pinceles cosméticos; loción corporal hidratante [cosméticos]; lociones autobronceadoras [cosméticos]; lociones autobronceadoras [productos cosméticos]; lociones corporales hidratantes [cosméticos]; lociones de bronceado [cosméticos]; lociones faciales [cosméticos]; lociones hidratantes [cosméticos]; lociones hidratantes para la piel; lociones hidratantes para el cuerpo [cosméticos]; lociones hidratantes para la piel [cosméticos]; lociones no medicinales para el cuidado de la piel [cosméticos]; lociones para el cuidado de la piel [cosméticos]; lociones para la piel [productos cosméticos]; maquillaje [cosméticos]; mascarillas cutáneas [cosméticos]; mascarillas faciales [productos cosméticos]; mascarillas para el cutis [cosméticos]; mascarillas para la piel [cosméticos]; pañitos cosméticos prehumedecidos; polvos cosméticos; polvos cosméticos faciales; polvos faciales [cosméticos]; polvos faciales cosméticos; polvos faciales cosméticos de color blanco; productos cosméticos, a saber, leches, lociones y emulsiones; productos cosméticos, a saber, lociones; productos cosméticos de baño y ducha; productos cosméticos en aerosol para el cuidado de la piel; productos cosméticos en forma de cremas; productos cosméticos en forma de polvos; productos cosméticos no medicinales; productos cosméticos para el baño; productos cosméticos para el baño y la ducha; productos cosméticos para el cabello y el cuero cabelludo; productos cosméticos para el cuidado corporal; productos cosméticos para el cuidado de la piel; productos cosméticos para el cuidado del cabello y el cuero cabelludo; productos cosméticos para la piel; productos cosméticos para las pestañas; productos cosméticos para los labios; productos cosméticos para proteger la piel contra los rayos del sol; productos cosméticos para uso personal; productos cosméticos que no sean para uso médico; productos cosméticos y de belleza; productos cosméticos y de maquillaje; productos cosméticos y de tocador; productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; protectores solares para los labios [cosméticos]; toallas de papel para las manos impregnadas de cosméticos; toallas de papel para las manos impregnadas de productos cosméticos; toallitas de manos de papel impregnadas con cosméticos; toallitas desechables impregnadas con preparados cosméticos para bebés; toallitas impregnadas con preparados cosméticos; toallitas impregnadas de productos cosméticos; tónicos cosméticos; tónicos cosméticos para el rostro; tónicos cosméticos para la cara; tónicos faciales [cosméticos]; tonificadores faciales [cosméticos].

Ref. Expediente N° SD2025/0118822

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a TRANSFORMATIVE VENTURES COLOMBIA S.A.S., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)