



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 71383

Ref. Expediente N° SD2025/0016191

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 26 de febrero de 2025, RICARDO DE JESUS CANDAMIL GOMEZ, FRANQUICIAS DE MARCA S.A.S, solicitó el registro de la Marca RB NEW LEVEL (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 3, 5 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad 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 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.

¹ 3: Cremas cosméticas para el cuidado de la piel; aceites perfumados para el cuidado de la piel; espumas para el cuidado de la piel; lociones cosméticas para el cuidado de la piel; mascarillas para el cuidado de la piel de las manos; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; cremas hidratantes; cremas hidratantes para la cara; sérums antiedad con efecto lifting; cremas reafirmantes para el cuerpo; jabones faciales; jabón de ducha; jabones para la piel; cremas cosméticas; aceites para el cabello; acondicionadores de cabello; bálsamos para el cabello; brillantina para el cabello; cera para el cabello; champúes para el cabello; cosméticos para el cabello; cremas para el cabello; autobronceadores [cosméticos]; coloretes cosméticos; cosméticos en polvo; cosméticos para las cejas; cosméticos para los labios; cosméticos para pestañas; cosméticos para uso personal; exfoliantes para uso cosmético; sueros para uso cosmético; maquillaje.

5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario; complementos alimenticios para personas o animales; cremas de uso dermatológico; geles para uso dermatológico; lociones dermatológicas; preparaciones dermatológicas; preparados dermatológicos.

35: Compra, venta, importación, exportación, distribución y comercialización de cosméticos y dermatológicos, medicamentos y productos dermatológicos.



Ref. Expediente N° SD2025/0016191

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.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)"

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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

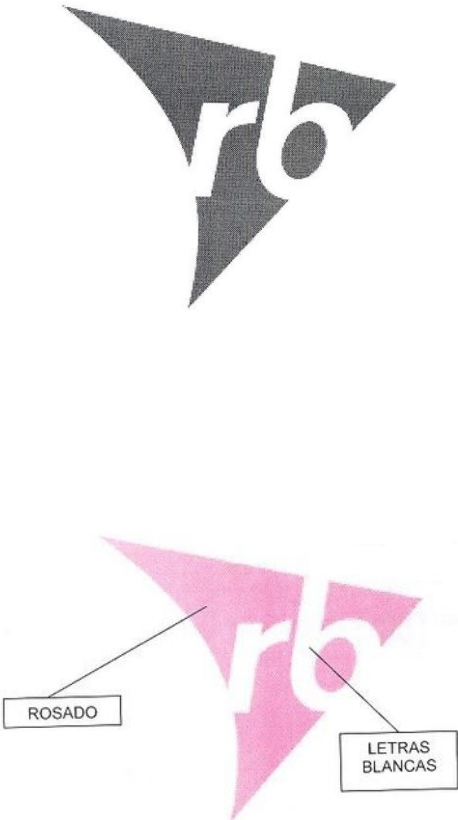
b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0016191

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	RB	RECKITT BENCKISER S. ÁR. L.	09017249	9	5	Marca	Registrada	
Mixta	RB	RECKITT BENCKISER S.A.R.L.	09007734	9	35	Marca	Registrada	28/09/2029
Mixta	RB	RECKITT BENCKISER S.A.R.L.	09007716	9	5	Marca	Registrada	28/09/2029

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento



Ref. Expediente N° SD2025/0016191

gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados **RB** NEW LEVEL / **RB** son confundibles.

En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce el único elemento de los signos antecedente, y a pesar de que el signo solicitado tiene otros elementos denominativos y gráficos, estos no logran quebrantar la similitud existente.

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:

3: Cremas cosméticas para el cuidado de la piel; aceites perfumados para el cuidado de la piel; espumas para el cuidado de la piel; lociones cosméticas para el cuidado de la piel; mascarillas para el cuidado de la piel de las manos; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; cremas hidratantes; cremas hidratantes para la cara; sérums antiedad con efecto lifting; cremas reafirmantes para el cuerpo; jabones faciales; jabón de ducha; jabones para la piel; cremas cosméticas; aceites para el cabello; acondicionadores de cabello; bálsamos para el cabello; brillantina para el cabello; cera para el cabello; champúes para el cabello; cosméticos para el cabello; cremas para el cabello; autobronceadores [cosméticos]; coloretes cosméticos; cosméticos en polvo; cosméticos para las cejas; cosméticos para los labios; cosméticos para pestañas; cosméticos para uso personal; exfoliantes para uso cosmético; sueros para uso cosmético; maquillaje.

5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario; complementos alimenticios para personas o animales; cremas de uso

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° SD2025/0016191

dermatológico; geles para uso dermatológico; lociones dermatológicas; preparaciones dermatológicas; preparados dermatológicos.

35: Compra, venta, importación, exportación, distribución y comercialización de cosméticos y dermatológicos, medicamentos y productos dermatológicos.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente: 09017249, clase 5: Preparaciones farmacéuticas y sustancias que tienen propiedades anti-inflamatorias, antipiréticas y analgésicas; bebidas medicadas y preparaciones para hacer tales bebidas; confitería medicada; preparaciones medicadas para la piel; desinfectantes (que no son para decantamiento o absorción del polvo); desinfectantes para el hogar o para propósitos de higiene o sanitarios; preparaciones sanitarias; artículos impregnados con un producto antiséptico; preparaciones antisépticas, preparaciones antibacteriales, preparaciones desinfectantes, germicidas; insecticidas y miticidas; repelentes de insectos; preparaciones para destruir y repeler bichos; fungicidas; desodorantes (no para uso personal; preparaciones para ambientar el aire; desodorizantes y refrescantes de textiles.

Expediente: 09007734, clase 35: suministro de información de negocios; publicidad; gerencia de negocios; administración de negocios; funciones de oficina; servicios de mercadeo; servicios de administración comercial o industrial; organización, operación y supervisión de esquemas de lealtad e incentivos; renta y arriendo de máquinas de distribución; servicios para proporcionar y reunir en beneficio de otros una variedad de bienes de consumo, principalmente, preparaciones blanqueadoras y otras sustancias para uso de lavandería; preparaciones lavaplatos; preparaciones para remover manchas; limpiadores de tapetes; jabones; detergentes; preparaciones descalcificadoras y decalcificadoras; removedores de costra de cal, removedores de óxido, suavizantes de fibras, aditivos de lavandería, preparaciones suavizantes del agua; removedores de grasa; preparaciones para destapar el sumidero y el lavaplatos, preparaciones para prevención de acumulación de costra de cal, óxido grasa; preparaciones de baño no medicadas; preparaciones para el cuidado de piel; preparaciones medicadas para el cuidado de la piel; preparaciones para tratamiento del acné; preparaciones depilatorias preparaciones farmacéuticas; bebidas y confitería medicadas; preparaciones sanitarias; preparaciones antisépticas preparaciones antibacteriales, preparaciones desinfectantes; artículos impregnados con un producto desinfectante o antibacterial, artículos impregnados con un producto, antiséptico, insecticidas; repelentes, de insectos; pesticidas; raticidas; miticidas; preparaciones para destruir bichos, germicidas; desodorantes (no para uso personal); preparaciones ambientadoras; ambientadores..

Expediente: 09007716, clase 5: preparaciones farmacéuticas y sustancias que tienen propiedades anti-inflamatorias, antipiréticas y analgésicas; bebidas medicadas y preparaciones para hacer tales bebidas; confitería medicada; preparaciones medicadas para la piel; desinfectantes (que no son para decantamiento o absorción del polvo); desinfectantes para el hogar o para propósitos de higiene o sanitarios; preparaciones sanitarias; artículos impregnados con un producto antiséptico; preparaciones antisépticas, preparaciones anti-bacteriales, preparaciones desinfectantes, germicidas; insecticidas y miticidas; repelentes de insectos; preparaciones para destruir y repeler bichos; fungicidas; desodorantes (no para uso personal); preparaciones para ambientar el aire; desodorizantes y refrescantes de textiles..

Conexidad productos de la clase 5

De la anterior relación de productos, se establece que el signo solicitado pretende identificar productos de la clase 5, los cuales no solo se encuentran dentro de la misma clase de productos protegidos por la marca registrada, sino que además, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata de idénticos productos, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional, en la medida en que el signo

Ref. Expediente N° SD2025/0016191

registrado protege: “Productos farmacéuticos” y la marca solicitada pretende distinguir “Productos farmacéuticos.”

En estas circunstancias, se produce una confusión indirecta que deriva en que, el usuario de los productos que se distinguen con la marca registrada pueda adjudicar una misma procedencia empresarial a los productos que se pretenden identificar con el signo solicitado teniendo en cuenta la identidad que presentan los signos y sus cercanos vínculos comerciales.

Conexidad servicios de la clase 35

Atendiendo a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección observa que hay conexidad entre los servicios de los signos estudiados, comoquiera que el signo solicitado pretende identificar servicios de “Compra, venta, importación, exportación, distribución y comercialización de cosméticos y dermatológicos, medicamentos y productos dermatológicos” los mismos protegidos por el signo antecedente en la Clase 35 internacional. Por lo anterior, es claro que comparten el mismo género, naturaleza y finalidades. Dichas circunstancias, podrían llevar a pensar equivocadamente al consumidor que se encuentra ante prestaciones provenientes del mismo empresario, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Conexión competitiva entre la clase 3 del signo solicitado y la clase 35 de la marca registrada (Principio de Razonabilidad)

Para esta Dirección, en el caso en comento, existe conexión competitiva partiendo desde el principio de razonabilidad. En efecto, el signo solicitado pretende identificar productos Cremas cosméticas para el cuidado de la piel; aceites perfumados para el cuidado de la piel; espumas para el cuidado de la piel; lociones cosméticas para el cuidado de la piel; mascarillas para el cuidado de la piel de las manos; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; cremas hidratantes; cremas hidratantes para la cara; sérums antiedad con efecto lifting; cremas reafirmantes para el cuerpo; jabones faciales; jabón de ducha; jabones para la piel; cremas cosméticas; aceites para el cabello; acondicionadores de cabello; bálsamos para el cabello; brillantina para el cabello; cera para el cabello; champúes para el cabello; cosméticos para el cabello; cremas para el cabello; autobronceadores [cosméticos]; coloretes cosméticos; cosméticos en polvo; cosméticos para las cejas; cosméticos para los labios; cosméticos para pestañas; cosméticos para uso personal; exfoliantes para uso cosmético; sueros para uso cosmético; maquillaje (Cl. 3) y la marca previamente registradas ampara; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina (Cl.35).

Así las cosas, y teniendo en cuenta las similitudes expuestas previamente entre los signos cotejados es razonable que los consumidores los asocien a un mismo origen empresarial, pues se puede dar el caso que la misma empresa que produce los productos de la clase 3, se organice para prestar los servicios de la clase 35 para ellos mismos realizar la gestión de negocios y comercializar así sus productos.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0016191

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 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 RB NEW LEVEL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por RICARDO DE JESUS CANDAMIL GOMEZ FRANQUICIAS DE MARCA S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca RB NEW LEVEL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por RICARDO DE JESUS CANDAMIL GOMEZ FRANQUICIAS DE MARCA S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

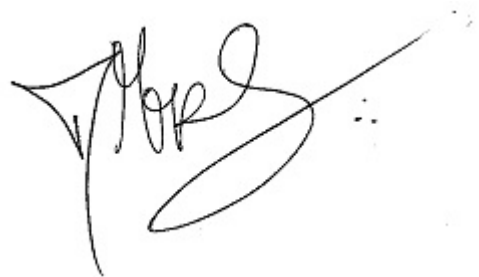
ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca RB NEW LEVEL (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por RICARDO DE JESUS CANDAMIL GOMEZ ,FRANQUICIAS DE MARCA S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a RICARDO DE JESUS CANDAMIL GOMEZ, FRANQUICIAS DE MARCA 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 QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 16 de septiembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS