

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 84499

Ref. Expediente N° SD2025/0027318

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 27 de marzo de 2025, Víctor Hugo Rubio Forero, solicitó el registro de la Marca RUBTOR (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1063, 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 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

¹ 18: Artículos de equipaje, a saber, bolsos; baúles y bolsos de viaje; bolsos; bolsos a mano de cuero sintético; bolsos blandos; bolsos boston; bolsos cinturón y bolsos de cadera; bolsos con ruedas; bolsos con ruedines; bolsos de avión; bolsos de bandolera; bolsos de cadera; bolsos de cuero; bolsos de cuero de imitación; bolsos de cuero sintético; bolsos de deporte*; bolsos de mano; bolsos de mano con asas; bolsos de mano de moda; bolsos de mano para hombres; bolsos de mano pequeños; bolsos de mano sin asas; bolsos de moda; bolsos de montañismo; bolsos de pulsera; bolsos de senderismo; bolsos de trabajo; bolsos de viaje; bolsos deportivos multiusos; bolsos en bandolera; bolsos para hombres; bolsos para libros escolares; bolsos tipo boston; bolsos y billeteras de cuero; bolsos y carteras de cuero; bolsos-saco; carteras [bolsos de mano]; carteras [bolsos de mano] de cuero artificial; carteras [bolsos de mano] de cuero de imitación; carteras de cuero [bolsos]; correas para bolsos; equipaje, bolsos, billeteras y bolsos de transporte; etiquetas adhesivas de cuero para bolsos; etiquetas adhesivas de cuero para bolsos de tela; monederos [bolsos de mano] de cuero artificial; monederos [bolsos de mano] de cuero de imitación; monederos de viaje [bolsos de mano]; riñoneras y bolsos de cadera; maletines; maletines [artículos de cuero]; maletines con compartimentos; maletines de viaje; maletines para catálogos; maletines para documentos; maletines para documentos plegables; maletines para ejecutivos; maletines plegables; maletines portadocumentos; maletines portadocumentos de cuero; maletines portadocumentos de cuero artificial; maletines portadocumentos de cuero de imitación; maletines tipo gladstone; maletines y portadocumentos; portafolios [artículos de marroquinería] y maletines para documentos; portafolios y maletines para documentos; valijas [maletines de transporte]; morrales; carteras [portafolios]; portafolios de cuero; portafolios escolares; portafolios para partituras; portafolios tipo maletín.

Ref. Expediente N° SD2025/0027318

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.

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	Ruptor Ç	Juan David Vargas	SD2022/0082040	11	25	Marca	Registrada	02/06/2033

Los signos a comparar son los siguientes:

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

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° SD2025/0027318

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

Análisis en comparación de marcas mixtas

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

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el elemento nominativo RUBTOR / RUPTOR Ç, de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con estas marcas.

Así las cosas, examinados los signos en su conjunto, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, por cuanto la marca solicitada imita la marca previamente registrada, lo que se aprecia en la coincidencia en sus cadenas vocálicas y consonánticas, (**RUBTOR / RUPTOR Ç**), sin que el cambio de la letra B por la letra P, sea suficiente para diferenciarlos en el mercado, pues el consumidor podrá entender razonablemente que se trata de una variación o actualización de la marca registrada.

Por otra parte, esta Dirección encuentra que los signos analizados 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.

Ahora bien, pese a que el signo solicitado incluye como elemento gráfico la denominación solicitada enmarcada entre líneas que simulan un rectángulo y tipografía particular, esto no es suficiente para alejarla de la marca registrada, dadas las similitudes ortográficas y fonéticas antes señaladas.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0027318

conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

18: Artículos de equipaje, a saber, bolsos; baúles y bolsos de viaje; bolsos; bolsos a mano de cuero sintético; bolsos blandos; bolsos boston; bolsos cinturón y bolsos de cadera; bolsos con ruedas; bolsos con ruedines; bolsos de avión; bolsos de bandolera; bolsos de cadera; bolsos de cuero; bolsos de cuero de imitación; bolsos de cuero sintético; bolsos de deporte*; bolsos de mano; bolsos de mano con asas; bolsos de mano de moda; bolsos de mano para hombres; bolsos de mano pequeños; bolsos de mano sin asas; bolsos de moda; bolsos de montañismo; bolsos de pulsera; bolsos de senderismo; bolsos de trabajo; bolsos de viaje; bolsos deportivos multiusos; bolsos en bandolera; bolsos para hombres; bolsos para libros escolares; bolsos tipo boston; bolsos y billeteras de cuero; bolsos y carteras de cuero; bolsos-saco; carteras [bolsos de mano]; carteras [bolsos de mano] de cuero artificial; carteras [bolsos de mano] de cuero de imitación; carteras de cuero [bolsos]; correas para bolsos; equipaje, bolsos, billeteras y bolsos de transporte; etiquetas adhesivas de cuero para bolsos; etiquetas adhesivas de cuero para bolsos de tela; monederos [bolsos de mano] de cuero artificial; monederos [bolsos de mano] de cuero de imitación; monederos de viaje [bolsos de mano]; riñoneras y bolsos de cadera; maletines; maletines [artículos de cuero]; maletines con compartimentos; maletines de viaje; maletines para catálogos; maletines para documentos; maletines para documentos plegables; maletines para ejecutivos; maletines plegables; maletines portadocumentos; maletines portadocumentos de cuero; maletines portadocumentos de cuero artificial; maletines portadocumentos de cuero de imitación; maletines tipo gladstone; maletines y portadocumentos; portafolios [artículos de marroquinería] y maletines para documentos; portafolios y maletines para documentos; valijas [maletines de transporte]; morrales; carteras [portafolios]; portafolios de cuero; portafolios escolares; portafolios para partituras; portafolios tipo maletín.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Productos
------------	-----------

SD2022/0082040	(25): Ropa biodegradable; ropa compostable; ropa de atletismo; ropa de deporte; ropa de deporte con conexión digital incorporada; ropa de deporte que incorporan conexiones digitales.
-----------------------	---

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° SD2025/0027318

Conexidad entre los productos de la clase 18 (marca solicitada) y los productos de la clase 25 (marca registrada).

La interpretación prejudicial 100-IP-2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, indica que, para analizar la conexión competitiva entre productos, se debe tomar en cuenta que la inclusión de productos en una misma clase no es determinante para efectos de establecer si existe similitud entre los productos o servicios objeto análisis, tal como lo expresa el segundo párrafo del Artículo 151 de la Decisión 486.

Es por ello que se debe matizar la regla de la especialidad y, en consecuencia, analizar el grado de vinculación, conexión o relación de los productos o servicios que amparan los signos en conflicto, para que de esta forma se pueda establecer la posibilidad de error en el público consumidor; es decir, se debe analizar la naturaleza o uso de los productos identificados por las marcas.

Es así, como para determinar el vínculo o conexión en el presente caso, tomaremos en consideración el criterio sustancial de la **razonabilidad** entre los productos.

De acuerdo con lo anterior, tanto la marca solicitada, como la registrada distinguen productos relacionados al tratarse de artículos de uso personal, diseñados para complementar la apariencia, comodidad o funcionalidad en la vestimenta diaria o deportiva, como pueden ser los bolsos deportivos, bolsos de bandolera o de cadera, mochilas o riñoneras, que son usados como accesorios prácticos o funcionales de la ropa deportiva, de tal manera que pueden ser puestos a disposición del consumidor a través de los mismos canales de comercialización y divulgación como es común en el mercado actual, por ejemplo almacenes o tiendas de moda o deporte que venden prendas de vestir y bolsos, que el consumidor interesado en la moda, suele tratar de combinar para crear su estilo personal, por lo que guiado por las dinámicas actuales del mercado podría encontrar razonable que estos productos tengan un mismo origen empresarial.

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 RUBTOR (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza⁵,

⁵ 18: Artículos de equipaje, a saber, bolsos; baúles y bolsos de viaje; bolsos; bolsos a mano de cuero sintético; bolsos blandos; bolsos boston; bolsos cinturón y bolsos de cadera; bolsos con ruedas; bolsos con ruedines; bolsos de avión; bolsos de bandolera; bolsos de cadera; bolsos de cuero; bolsos de cuero de imitación; bolsos de cuero sintético; bolsos de deporte*; bolsos de mano; bolsos de mano con asas; bolsos de mano de moda; bolsos de mano para hombres; bolsos de mano pequeños; bolsos de mano sin asas; bolsos de moda; bolsos de montañismo; bolsos de pulsera; bolsos de senderismo; bolsos de trabajo; bolsos de viaje; bolsos deportivos multiusos; bolsos en bandolera; bolsos para hombres; bolsos para libros escolares; bolsos tipo boston; bolsos y billeteras de cuero; bolsos y carteras de cuero; bolsos-saco; carteras [bolsos de mano]; carteras [bolsos de mano] de cuero artificial; carteras [bolsos de mano] de cuero de imitación; carteras de cuero [bolsos]; correas para bolsos; equipaje, bolsos, billeteras y bolsos de transporte; etiquetas adhesivas de cuero para bolsos; etiquetas adhesivas de cuero para bolsos de tela; monederos [bolsos de mano] de cuero artificial; monederos [bolsos de mano] de cuero de imitación; monederos de viaje [bolsos de mano]; riñoneras y bolsos de cadera; maletines; maletines [artículos de cuero]; maletines con compartimentos; maletines de viaje; maletines para catálogos; maletines para documentos; maletines para documentos plegables; maletines para ejecutivos; maletines plegables; maletines portadocumentos; maletines portadocumentos de cuero; maletines portadocumentos de cuero artificial; maletines portadocumentos de cuero de imitación;

Resolución N° 84499

Ref. Expediente N° SD2025/0027318

solicitada por Víctor Hugo Rubio Forero, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Víctor Hugo Rubio Forero, 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 20 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

maletines tipo gladstone; maletines y portadocumentos; portafolios [artículos de marroquinería] y maletines para documentos; portafolios y maletines para documentos; valijas [maletines de transporte]; morrales; carteras [portafolios]; portafolios de cuero; portafolios escolares; portafolios para partituras; portafolios tipo maletín.

