

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 86200

Ref. Expediente N° SD2025/0025488

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 21 de marzo de 2025, Ribbond, Inc., solicitó el registro de la Marca RIBBOND (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1064, 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.

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,

¹ 5: Materiales dentales; material para reforzar restauraciones, aparatos o prótesis dentales.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0025488

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
Nominativa	RIBBON	ROTAM AGROCHEM INTERNATIONAL COMPANY LIMITED	14117045	10	1, 5	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
RIBBOND	RIBBON

Jurisprudencia

El Tribunal Andino de Justicia, en el Proceso 0118-IP-2013, ha sostenido que:

“Al momento de realizar la comparación entre dos signos denominativos, el examinador debe tomar en cuenta los siguientes criterios: Se debe analizar cada

•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° SD2025/0025488

signo en su conjunto, es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta, las sílabas o letras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, ya que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado. Se debe igualmente precisar acerca de 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. Se debe observar el orden de las vocales, pues esto indica la sonoridad de la denominación. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, porque esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente (o visualmente) similares.

En efecto, en el plano fonético, ambos signos comparten casi en su totalidad la secuencia sonora *rib-on(d)*, diferenciándose únicamente por la adición de la consonante final “D” en el signo solicitado. Esta ligera diferencia no altera de manera sustancial la pronunciación, ya que el sonido final es apenas perceptible en la oralidad, conservando la misma cadencia y ritmo. En consecuencia, la similitud auditiva entre RIBBOND y RIBBON es prácticamente total.

Desde el punto de vista ortográfico, ambos signos reproducen la misma raíz y estructura visual, con seis letras, de las cuales las cinco primeras son idénticas y se encuentran en la misma posición. La diferencia mínima en la letra final “D” no modifica la impresión global del signo, de modo que el consumidor medio, al observarlos rápidamente, puede confundirlos o asociarlos como pertenecientes a un mismo origen empresarial.

En el plano conceptual, la semejanza también es evidente. El término RIBBON en inglés significa “cinta”, mientras que RIBBOND, aunque no corresponde a una palabra de uso común, puede percibirse como una variante o derivación del mismo término, manteniendo la misma evocación semántica. Esta proximidad conceptual refuerza el riesgo de que el público interprete RIBBOND como una versión o extensión de la marca RIBBON, especialmente si los productos o servicios se encuentran dentro del mismo sector comercial.

De acuerdo con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, la adición o supresión de una letra, en particular cuando se ubica al final del signo y no altera el núcleo denominativo ni la sonoridad principal, no confiere distintividad suficiente para evitar la confusión marcaria.

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 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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0025488

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 5: Materiales dentales; material para reforzar restauraciones, aparatos o prótesis dentales.

El signo previamente registrado identifica:

Clase 1: Productos químicos para horticultura, agricultura y silvicultura; fertilizantes, productos fertilizantes; enmiendas del suelo; abonos para suelo; abonos incluyendo abonos para agricultura, horticultura y silvicultura; tierra para el crecimiento de plantas; productos para plantas incluyendo productos para plantas con oligoelementos; productos para condicionamiento de suelo incluyendo productos químicos para el acondicionamiento del suelo; productos para preservar semillas; productos para regular el crecimiento de las plantas; productos de diagnóstico para agricultura; productos biológicos, para uso diferente a propósitos médicos o veterinarios; sustancias para incrementar el crecimiento de las plantas incluyendo hormonas para plantas (fitohormonas).

Clase 5: Productos veterinarios; pesticidas, insecticidas, herbicidas, fungicidas, parasitocidas, productos para eliminar animales dañinos.

Del cotejo entre los productos comprendidos en el signo solicitado y aquellos amparados por el signo previamente registrado, se advierte la existencia de una conexidad competitiva por razonabilidad entre los productos de la clase 5, aun cuando pertenezcan a áreas de aplicación distintas, conforme a los criterios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

En efecto, los productos del signo solicitado —materiales dentales y materiales para reforzar restauraciones, aparatos o prótesis dentales— corresponden a preparaciones y materiales empleados en tratamientos odontológicos, destinados a profesionales del ámbito médico-odontológico. Por su parte, los productos amparados por el registro previo en la misma clase comprenden productos veterinarios, pesticidas, insecticidas, herbicidas, fungicidas, parasitocidas y productos para eliminar animales dañinos, los cuales, aunque orientados a un uso distinto, también tienen una finalidad sanitaria y de control biológico que los ubica dentro del sector farmacéutico y de la salud, en su acepción más amplia.

Desde el criterio de razonabilidad, resulta plausible considerar que un mismo empresario o grupo empresarial que desarrolla o comercializa productos farmacéuticos o sanitarios (como los de uso veterinario o biológico) pueda extender su actividad hacia la fabricación o suministro de materiales médicos o dentales, dado que todos pertenecen al mismo entorno técnico y regulatorio (sector químico y sanitario) y requieren procesos de investigación, control y distribución especializados.

Asimismo, los productos de ambas coberturas se enmarcan dentro de un campo de aplicación científico y médico, caracterizado por el desarrollo de compuestos químicos,

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.

Resolución N° 86200

Ref. Expediente N° SD2025/0025488

biológicos o materiales clínicos destinados a preservar la salud, la integridad o la funcionalidad de organismos vivos, ya sea humanos o animales. Esta afinidad de origen tecnológico y de propósito sanitario permite sostener que, aunque los productos no sean sustitutos ni complementarios en sentido estricto, sí se encuentran razonablemente vinculados por pertenecer al mismo sector económico de la salud y la biotecnología.

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 RIBBOND (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Ribbond, Inc., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Ribbond, Inc., 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 23 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 5: Materiales dentales; material para reforzar restauraciones, aparatos o prótesis dentales.