

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 93568

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 8 de mayo de 2025, **BEATRIZ EUGENIA CUDRIS LOPEZ**, solicitó el registro de la Marca **BONOTE** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 18 y 24 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1067, **ZBC S.A.S.** presentó oposición con fundamento en: Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

(...) El signo solicitado se encuentra incurso en la causal de irreregistrabilidad antes anotada por ser estrechamente similar a los signos distintivos fundamento de la oposición de propiedad de mi Representada, ambos estando destinados a identificar productos idénticos y directamente relacionados

(...) En el presente caso, no cabe duda de que en los signos, lo que sobresale es el aspecto nominativo sobre el figurativo, y en particular las expresiones reivindicadas BONITE y BONOTE.

Así las cosas, debe entenderse que la fuerza distintiva de cada signo radica especialmente en sus elementos nominativos, los cuales penetrarán con mayor intensidad en la mente del consumidor.

(...) Su simple inspección ocular, típica del consumidor medio, indicará que entre los signos existentes ingentes semejanzas capaces de inducir a confusión:

BONOTE- BONITE - BONOTE - BONITE

BONOTE- BONITE - BONOTE - BONITE

BONOTE- BONITE - BONOTE - BONITE

BONOTE- BONITE - BONOTE - BONITE

En efecto, la marca solicitada es una reproducción de las marcas previas, así:

1	2	3	4	5	6
B	O	N	I	T	E
↓	↓	↓		↓	↓
B	O	N	O	T	E

¹ **18:** Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales. Mochilas; bolsos; bolsos de playa; bolsos de noche; bolsos de mano de noche; bolsas de cuero; carteras de bolsillo; portamonedas.

24: Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas. Tejidos; tejidos y sucedáneos de tejidos; sustitutos de tejidos; tejidos de ramio; tejidos de yute; tejidos y sustitutos de tejidos; tejidos para bordados; tejidos de encaje bordados; caminos de mesa de tela; tejidos de lino para bordados; mantas de fibras hechas a mano para la cama; artículos textiles para el hogar; tejidos textiles para la fabricación de artículos textiles de hogar; servilletas de materias textiles; ropa de cama y ropa de mesa.

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

Los signos comparados coinciden en la secuencia inicial “BON” y en la sílaba final “TE”, diferenciándose únicamente por una vocal intermedia. Esta variación mínima, el cambio de la vocal “O” por la vocal “I”, no es suficiente para generar una impresión global distinta, especialmente tratándose de signos cuyas denominaciones tienen idéntica extensión.

Desde una perspectiva ortográfica, ambos signos presentan una estructura prácticamente idéntica, compuesta por la misma cantidad de letras, una distribución silábica semejante y una configuración visual que fácilmente puede ser asociada por el consumidor medio. En ese sentido, el cambio de una sola vocal no es suficiente para eliminar el riesgo de confusión, toda vez que las vocales “O” e “I” en posición intermedia pueden ser fácilmente confundidas, especialmente en contextos de lectura rápida, baja atención o escasa diferenciación gráfica.

(...) En el caso concreto, la pronunciación en conjunto del signo solicitado BONOTE /bo-note/ es confundible con las marcas registradas BONITE /bo-ni-te/. Las semejanzas, pues, son decisivas:

- o Silaba inicia tónica IDÉNTICA: bo/bo*
- o Secuencia vocálica altamente similar: o-o-e / o-i-e*
- o Secuencia consonántica IDÉNTICA: b-n-t/ b-n-t*

Es claro que la similitud de los elementos fonéticos de las marcas generará para el consumidor el riesgo de asociar indebidamente el origen empresarial de los productos (confusión indirecta) o más aún, considerar que está comprando un producto en lugar de otro (confusión directa).

(...) Relación entre los productos de la clase 18:

De la revisión y análisis del presente caso, se observa que la marca solicitada pretende distinguir productos IDÉNTICOS a los identificados por las marcas previamente registradas en clase 18 por mi representado, pues como se observa de una lectura de la descripción de productos, ambas marcas identifican “Cuero y cuero de imitación, bolsos, paraguas y sombrillas, bastones, fustas, y artículos de guarnicionería”.

Relación entre los productos de las clases 24, 18 y 25:

Los productos identificados por las marcas en pugna en las clases 18, 24 y 25 se relacionan de manera directa y resultan complementarios, tanto por sus materiales, canales de comercialización como por su naturaleza y uso conjunto.

En efecto, los tejidos, textiles y artículos para el hogar de la clase 24 (tales como mantas, cortinas, sábanas, ropa de cama, servilletas, caminos de mesa, y otros artículos de tela) son productos que frecuentemente se fabrican, exhiben y comercializan junto a prendas de vestir, calzado, artículos de moda, bolsos, sombrillas y baúles de las clases 25 y 18. No es extraño que un mismo empresario diseñe, confeccione o comercialice productos de distintos segmentos del mercado de la moda, utilizando materiales comunes como textiles y cuero.

(...) Los materiales textiles utilizados en los productos de la clase 24, tales como los tejidos de lino, algodón y yute, son precisamente los insumos comunes empleados para la elaboración de prendas de la clase 25, lo que contribuye a que estos productos se ofrezcan frecuentemente en los mismos canales de venta o bajo la misma marca. Desde la perspectiva del público, es usual que una marca de textiles del hogar amplíe su portafolio a prendas de vestir y accesorios

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

o viceversa, considerando que ambos pertenecen al mismo sector económico de confección y moda.

Que dentro del término concedido para tal efecto, **BEATRIZ EUGENIA CUDRIS LOPEZ**, dio respuesta a la oposición argumentando:

(...) La marca solicitada Bonote es una marca mixta la cual está compuesta por un elemento nominativo (Bonote) y un elemento gráfico (líneas de colores en forma circular, que emula la fibra basta y corta extraída de la corteza exterior del coco, llamada Bonote); donde este último es fundamental como parte del signo distintivo, brindándole una fortaleza a la marca solicitada y así evitando posible confusión con marcas previamente solicitadas.

La marca solicitada Bonote está inspirada, en el nombre de una fibra natural que se extrae de la cascara del coco que se llama BONOTE.

(...) Análisis fonético:

Para el presente caso, las sílabas tónicas son diferentes, toda vez que en la marca “Bonote” la sílaba tónica es “BO + NO + TE”, mientras que en la marca “BONITE” la sílaba tónica es la expresión “BO + NI + TE”, las cuales tienen vocablos tónicos diferentes, y “Bonbonite” es la expresión “BON + BO + ‘NI + TE”, Cuatro sílabas, donde la repetición de “bon” al inicio añade sonoridad y cierta musicalidad; siendo menester señalar que la identidad de estas sílabas son distantes entre sí, permitiendo la diferenciación fonética de los signos.

Bonite y bon·bonite: acento en “ni”, mientras que Bonote: acento en “no”. Esto implica que, aunque coinciden en ciertos vocablos (empiezan con “Bon-” y terminan en “-te”), la carga fonética y semántica cambia de forma clara.

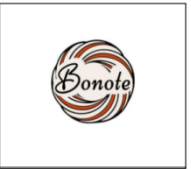
(...) Análisis Gramatical:

Si hacemos esta comparación gramatical, “BONOTE” es un sustantivo masculino que significa “fibra gruesa obtenida de la palma de coco”. Por lo tanto, tiene un significado léxico real en contraste con las otras dos (“BONITE” y “BON BONITE”), cuyas palabras son inventadas y carentes de significado en español.

Análisis Grafico:

En primer lugar, cabe señalar que la marca solicitada es mixta y en la oposición solo realizan un cotejo marcario únicamente entre los elementos verbales, a pesar de que existan elementos gráficos disímiles. Al realizar un análisis marcario, se debe realizar teniendo en cuenta también los elementos gráficos que componen a cada uno de los signos.

(...)

	Marca Oponente	Marca Solicitada
Signos		
Parte Grafica	Minimalista, sin elementos figurativos adicionales. Composiciones únicamente nominativas.	Incluye un elemento figurativo circular, compuesto por curvas concéntricas que recuerdan un movimiento giratorio y evocan la “fibra gruesa obtenida de la palma de coco”. El texto “Bonote” se integra en el centro del círculo.
Fuente Tipografica	Letras geométricas, con estilo sans serif, redondeadas y con líneas dobles o triples que generan un efecto de volumen.	Letras con estilo cursiva / manuscrita (script), de trazos finos y elegantes.
Colores	Escala monocromática en negro y blanco. No utiliza otros colores.	Uso de una paleta variada: #FFFFFF; #000000; #F5eee8; #C24518



Ref. Expediente N° SD2025/0042899

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de 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 (dentrífico) 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.

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	BONITE	ZBC S.A.S.	04120390	8	25	Marca	Registrada	21 jun. 2035
Mixta	BONITE	ZBC S.A.S.	04120391	8	18	Marca	Registrada	21 jun. 2035
Mixta	BON BONITE	ZBC S.A.S.	93418703	7	18	Marca	Registrada	29 abr. 2034
Mixta	BON BONITE	ZBC S.A.S.	93418704	7	25	Marca	Registrada	29 abr. 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
	

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En el análisis comparativo de marcas mixtas, como las antes vistas, es necesario tener en cuenta que ellos se componen de un elemento denominativo y otro gráfico lo que, por ende, sugiere que deberá establecerse cuál de estos dos elementos es el predominante.

“Aunque el elemento denominativo del signo mixto suele ser el preponderante, dado que las palabras impactan más en la mente del consumidor, también puede suceder que el elemento predominante no sea éste sino el elemento gráfico, ya sea que, por

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° SD2025/0042899

su tamaño, color, diseño y otras características puedan causar un mayor impacto en el consumidor, de acuerdo con las particularidades de cada caso.”⁴

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”⁵*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁶ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación predomina el elemento denominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

⁴ TJCA, Proceso N° 49-IP-2016

⁵ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁶ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

- b) *Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)*
- c) *Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*
- d) *Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.*
- e) *Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*
- f) *Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁷*

Análisis comparativo

El signo solicitado a registro es de naturaleza mixta y se encuentra conformado por la expresión **BONOTE** junto a un gráfico de una forma circular con unas líneas. Por su parte, las marcas opositoras son de naturaleza mixta y se encuentran conformadas por las expresiones **BONITE** y **BON BONITE** en una tipografía particular.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce parte importante de la estructura gramatical sobresaliente en los signos antecedentes.

Cabe precisar que es el elemento nominativo de cada signo 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.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado, conformado por la expresión **BONOTE** reproduce en igual orden y posición cinco de los seis grafemas que conforman a la expresión **BONITE** que prevalece en los signos previos, al ser su elemento común, compartiendo igual extensión, la misma raíz **BON** y la terminación **TE**, limitándose a sustituir la vocal intermedia “I” por la “O”, sin que este cambio resulte suficiente para diferenciar los signos cotejados dado que las letras ubicadas al inicio y final de cada expresión son las que generan mayor impacto en la mente del consumidor. Además, la supresión de la palabra **BON** tampoco servirá como derrotero de diferenciación, dada la fuerza distintiva de la expresión que es objeto de reproducción parcial.

Adicionalmente, es necesario recordar que el consumidor medio habitualmente no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto en su memoria de los signos en cuestión y que, además el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos. En ese orden de ideas, es probable que el público cuando se encuentre ante las marcas enfrentadas asuma que la marca solicitada es una variación de los signos previamente registrados.

Ahora, estamos en presencia de términos que el consumidor percibirá como de fantasía, en la medida en que el concepto inmerso en la expresión **BONOTE** es muy técnico y de difícil conocimiento por el consumidor medio, de manera que no servirá como elemento de diferenciación.

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

Por consiguiente, esta Dirección observa claras semejanzas en los vocablos predominantes en cada uno de los signos confrontados, elemento relevante en la configuración del signo y que resalta respecto de los demás, de esta manera, el signo solicitado resulta confundible con los signos opositores.

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

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales. Mochilas; bolsos; bolsos de playa; bolsos de noche; bolsos de mano de noche; bolsas de cuero; carteras de bolsillo; portamonedas.

24: Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas. Tejidos; tejidos y sucedáneos de tejidos; sustitutivos de tejidos; tejidos de ramio; tejidos de yute; tejidos y sustitutivos de tejidos; tejidos para bordados; tejidos de encaje bordados; caminos de mesa de tela; tejidos de lino para bordados; mantas de fibras hechas a mano para la cama; artículos textiles para el hogar; tejidos textiles para la fabricación de artículos textiles de hogar; servilletas de materias textiles; ropa de cama y ropa de mesa.

Los signos confrontados identifican:

Expedientes	Productos
04120390	(25): Vestidos, calzado y sombrerería.
04120391	(18): Cuero e imitaciones del cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases, pieles de animales, baúles y maletas, paraguas, sombrillas y bastones, fustas y guarnicionería.
93418703	(18): Todos los productos comprendidos en la clase 18 del artículo 2 del Decreto 755 de 1972.
93418704	(25): Todos los productos comprendidos en la clase 25 del artículo 2 del Decreto 755 de 1972.

En relación a la clase 18 solicitada, esta Dirección encuentra una relación de conexidad entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 18° Internacional y los que distinguen las marcas registradas en la **clase 18°** Internacional, no solo en razón a que pertenecen al mismo Clasificador Internacional de Niza, sino gracias a que existe identidad en los productos relacionados, al coincidir en la identificación de cuero y cuero de imitación así como productos de estas materias no comprendidos en otras clases, estos últimos en relación de género a especie.

En efecto, la Dirección observa que dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

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.

Relación de conexidad entre productos de las clases 24 y 25

Razonabilidad

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. (...)”⁸.

Al analizar la cobertura de los signos en conflicto, esta Dirección encuentra que pese a que en el presente caso se ubica en diferentes clases del nomenclador internacional, son competitiva y razonablemente conexos.

Lo anterior, toda vez que de acuerdo a la realidad del mercado, es cada vez más frecuente que el empresario que se desempeña en una actividad específica dentro del sector textil, de confección y de moda, decida ampliar su portafolio de negocios e incursione en actividades análogas que contribuyan a su esquema empresarial, en donde se ha convertido en una práctica habitual que los productos como los tejidos, la ropa de hogar, artículos textiles para el hogar, tejidos textiles para la fabricación de artículos textiles de hogar, servilletas de materias textiles, ropa de cama y ropa de mesa, de la clase 24 y las prendas de vestir de la clase 25 sean ofrecidos por un mismo empresario.

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

Conclusión

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 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por **ZBC S.A.S.**, frente a la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Declarar fundada la oposición interpuesta por **ZBC S.A.S.**, frente a la clase 24 de la Clasificación Internacional de Niza.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0042899

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **BONOTE** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por **BEATRIZ EUGENIA CUDRIS LOPEZ**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro de la Marca **BONOTE** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 24 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁰, solicitada por **BEATRIZ EUGENIA CUDRIS LOPEZ**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Notificar a **BEATRIZ EUGENIA CUDRIS LOPEZ**, solicitante del registro y a **ZBC S.A.S.** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 6: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 13 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁹ **18:** Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales. Mochilas; bolsos; bolsos de playa; bolsos de noche; bolsos de mano de noche; bolsas de cuero; carteras de bolsillo; portamonedas.

¹⁰ **24:** Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas. Tejidos; tejidos y sucedáneos de tejidos; sustitutos de tejidos; tejidos de ramio; tejidos de yute; tejidos y sustitutos de tejidos; tejidos para bordados; tejidos de encaje bordados; caminos de mesa de tela; tejidos de lino para bordados; mantas de fibras hechas a mano para la cama; artículos textiles para el hogar; tejidos textiles para la fabricación de artículos textiles de hogar; servilletas de materias textiles; ropa de cama y ropa de mesa.