

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 93973

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

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 29 de abril de 2025, la sociedad **COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES, S.L.**, solicitó el registro de la Marca **MON BABY** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 18, 24, 25 y 28 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 del 8 de mayo de 2025, la señora **MARIA CAMILA FRANCO BALLEEN** presentó oposición exclusivamente en contra de la clase 25 Internacional con fundamento en las causales de irregistrabilidad establecidas en los literales e) y b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“MON BABY, es de aquellas marcas denominadas GENERICAS, toda vez que al realizar la traducción al español, significa MI BEBE, con lo cual no hay novedad o distinción en la misma.

Es decir que si el Despacho concediera el registro de la expresión MON BABY/ MI BEBE se estaría evitando que terceros la utilicen para productos de las clases 18,24,25,28, destinados a BEBES.

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo frente a otros que se encuentren en el mercado.

En diversas oportunidades el Honorable Tribunal ha expuesto: “El carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores.

¹ **18:** Bandoleras portabebés; bolsas de cambio para bebés; bolsas de hombro portabebés; bolsas de pañales; bolsas de pañales para bebés; bolsos de cambio para bebés; bolsos de hombro portabebés; mochilas portabebés; maletines y portadocumentos; portadocumentos; neceseres de aseo para el transporte de artículos de tocador; neceseres para transportar artículos de higiene personal.

24: Mantas de cuna; mantas para bebés; mantas para envolver bebés; mantas para recién nacidos; ropa de cama y mantas; mantillas para bebés; pañitos para la regurgitación del bebé que no sean de papel; sacos de dormir para bebés; toallas con capucha para bebés; toallas de materias textiles para bebés; toallas [textiles] para bebés; cambiadores de tela para bebés; toallas [materias textiles] para bebés; protectores de colchones [ropa de cama]; protectores de cuna [ropa de cama]; ropa de cama; ropa de cama para cunas; cubiertas no adaptadas para barandas de cunas de bebés; doseles para cunas; sábanas ajustables para cunas; sábanas de cuna; fundas de almohada; fundas de edredones; fundas para edredones; fundas para edredones nórdicos; fundas para edredones y edredones nórdicos; fundas para edredones y nórdicos; fundas para nórdicos; mosquiteros; mosquiteros [colgaduras]; tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; ropa de hogar de materiales textiles; cortinas de materias textiles o de materias plásticas; envolturas para cubrir bebés; fundas de cojín; materias textiles en telas de rizo.

25: Ajuares de prendas de vestir para bebés; ajuares de ropa para bebés; ajuares de vestimenta para bebés; baberos para bebés que no sean de papel; bodis para bebés y niños pequeños; bodys para bebés; prendas de una sola pieza [body] para bebés; prendas de vestir para bebés; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; ropa exterior para bebés; ropa para bebés; vestimenta para bebés; ajuares de bebé [prendas de vestir]; patucos de bebé; ropa de bebé; ropa de bebé para la parte inferior del cuerpo; ropa de bebé para la parte superior del cuerpo; ropa de dormir de bebé; ropa exterior de bebé; pijamas para bebés; ropa interior para bebés.

28: Mantas de actividades para bebés; gimnasios para bebés [mantas de actividades]; juguetes de actividades para bebés adaptables a la cuna; juguetes de estimulación temprana para bebés; juguetes educativos para bebés; sonajeros con anillo de dentición para bebés; sonajeros para bebés; juguetes diseñados para amarrarlos a la cuna; juguetes para el desarrollo de bebés; muñecos de bebé; mantitas de apego [dudús]; peluches [juguetes].

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

Aplicando este pronunciamiento al caso que nos ocupa podemos concluir que la expresión MON BABY, no es DISTINTIVA, pues crea en el consumidor duda frente a otros productos que otros empresarios destinan para bebés.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES, S.L.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Para el presente caso, la marca mixta solicitada se forma a partir de la combinación de la palabra “MON” (francés) y “BABY” (inglés), lo cual no corresponde a la denominación genérica del producto ni responde de forma directa a la pregunta “¿qué es?” respecto de los artículos de las clases 18, 24, 25 y 28.

Asimismo, la referida combinación “MON BABY” no es de uso común ni necesario en el sector, ni corresponde a una expresión descriptiva o evocativa directa de las características de los productos que se buscan proteger con la solicitud.

La opositora menciona que el signo cuyo registro se solicita, “solo [sic] cuenta con los elementos MON BABY”, desconociendo que esta se presenta como una marca de naturaleza mixta con una tipografía y caligrafía especiales, combinación cromática y elementos visuales que refuerzan su distintividad intrínseca y extrínseca, de la forma en que han sido definidas por el TJCA.

El signo “MON BABY” corresponde a una combinación que no se usa de manera común en el comercio colombiano y, por el contrario, la agrupación de palabras provenientes de idiomas distintos del español deriva en un conjunto de fantasía que facilita la diferenciación de los productos ofertados por mi representada, sin describir las características, funcionalidades ni cualidades de dichos productos.

En este contexto, es relevante considerar que el término “BABY” es ampliamente utilizado en el mercado colombiano y ha sido admitido por la Superintendencia en registros marcarios relacionados con productos y servicios para bebés. Entre estos se incluyen marcas como “BABY FRESH”, “HAPPY BABY”, “BABY PLACE”, “BABY SHARK”, “BABY SPORTS” por citar sólo algunos de ellos.

Por otra parte, respecto de la palabra “MON” la Superintendencia ha admitido su uso en registros marcarios, expresando particularmente respecto de la marca mixta “MON”, actualmente registrada.

En consecuencia, -contrario a lo afirmado por la opositora- la concesión del registro marcario no impediría el uso por parte de otros empresarios de las expresiones “Mon” y “Baby” o sus variaciones lingüísticas en diferentes combinaciones, ya que estas no son apropiables y, como puede apreciarse, coexisten actualmente en el mercado colombiano por ser suficientemente distintivas y sin que se evidencie riesgo de asociación o confusión para los consumidores.

La opositora no acredita ser titular de ninguna marca registrada o que se encuentre bajo examen que incorpore la expresión “MON BABY” o con la que se pueda establecer riesgo de confusión, así como tampoco demuestra un interés jurídico o comercial concreto que justifique su intervención dentro del presente trámite.

En este sentido, y sin desmedro del derecho a presentar oposiciones, se evidencia que el escrito se apoya en afirmaciones genéricas, sin soporte probatorio ni relación concreta con derechos previos que sustenten las afirmaciones esbozadas por la peticionaria en su escrito, lo que conlleva a considerar el suyo como un ejercicio de oposición que sólo busca obstaculizar el derecho al registro de la marca solicitada por mi poderdante y, por tal motivo, la oposición presentada debe declararse infundada dado que no cumple con los preceptos del artículo 146 de la Decisión.

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

La oposición presentada se enfoca en el registro de la marca en la clase 25, como lo expresa en el apartado inicial de su escrito y en el formato de la oposición presentada. Aunque al finalizar sus razonamientos menciona de forma secundaria las clases 18, 24 y 28, no presenta los argumentos de hecho o de derecho que permitan extender sus objeciones a estas clases.

Dado que cada clase de la Clasificación de Niza contempla productos con características propias, y que el examen de registrabilidad es autónomo e independiente por clase, la oposición carece de soporte para impedir el registro en las clases 18, 24 y 28, en caso de que los argumentos de la oposición llegasen a prosperar. En consecuencia, la oposición también debe desestimarse respecto de las referidas clases por ausencia de motivación concreta y sustancial.”

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.

Consideraciones previas

El legítimo interés en la oposición a un registro de marca

El artículo 146 de la Decisión 486 establece lo siguiente:

“(…) Artículo 146.- Dentro del plazo de treinta días siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés, podrá presentar, por una sola vez, oposición fundamentada que pueda desvirtuar el registro de la marca. A solicitud de parte, la oficina nacional competente otorgará, por una sola vez un plazo adicional de treinta días para presentar las pruebas que sustenten la oposición. Las oposiciones temerarias podrán ser sancionadas si así lo disponen las normas nacionales. No procederán oposiciones contra la solicitud presentada, dentro de los seis meses posteriores al vencimiento del plazo de gracia a que se refiere el artículo 153, si tales oposiciones se basan en marcas que hubieren coexistido con la solicitada.”

En la norma transcrita, la expresión “oposición fundamentada” debe entenderse como aquella que contiene no solo argumentos jurídicos, sino también los elementos probatorios necesarios para acreditar el **legítimo interés** del opositor.²

A su vez, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el proceso 342-IP-2022, señaló:

“(…) 2.4. Este tribunal ha señalado en reiteradas oportunidades que el legítimo interés corresponde ser calificado como tal por la oficina nacional competente. Pese a ello, es importante manifestar que podrá reclamar legítimo interés cualquier persona cuando se trate del registro de signos que sean susceptibles de vulnerar lo dispuesto en los artículos 134 y 135 de la Decisión 486; es decir, aquellos que presenten causales de irregistrabilidad absolutas, así como los titulares que pretendan proteger un derecho amparado por la referida Decisión frente a una solicitud de registro de una marca; es decir, cualquier persona que pretenda salvaguardar sus derechos alegando la existencia de alguna de las causales de irregistrabilidad establecidas en el artículo 136 de la norma antes citada.

2.5. De este modo, el legítimo interés al que se refiere la normativa andina deberá ser verificado por la autoridad nacional competente para cada caso en concreto; sin embargo,

² Interpretación Prejudicial 171-IP-2015 del 4 de febrero de 2016, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena 2713 del 18 de abril de 2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

puede considerarse como regla que tendrá legítimo interés para oponerse cualquier persona cuando la oposición se base en causales absolutas de irregistrabilidad, *así como la persona que pueda verse afectada por la decisión que adopte la autoridad respecto del registro del signo solicitado, como por ejemplo aquellas personas que ostenten la titularidad de derechos de propiedad industrial o de derechos de autor.*"

En atención a lo expuesto, se concluye que la señora **MARIA CAMILA FRANCO BALLEEN**, en su calidad de opositora dentro del presente trámite, **se encuentra debidamente legitimada** para presentar oposición, en tanto ha invocado una causal de irregistrabilidad absoluta prevista en la Decisión 486, causal que no exige al opositor contar con un registro o solicitud previa, atendiendo la regla general que establece **que tendrá legítimo interés para oponerse cualquier persona cuando la oposición se base en causales absolutas de irregistrabilidad**. En consecuencia, su actuación se enmarca en los parámetros establecidos por el artículo 146 de la normativa comunitaria, y debe ser valorada por esta autoridad conforme a los principios de legalidad, debido proceso y tutela efectiva de derechos.

Causal invocada pero no argumentada.

Esta Dirección observa que la señora **MARIA CAMILA FRANCO BALLEEN** hizo referencia en su escrito de oposición al artículo 135 literal e) de la Decisión 486, es decir, hace referencia a los signos que consistan exclusivamente en una indicación que pueda servir en el comercio para describir la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción u otros datos, características o informaciones de los productos o de los servicios para los cuales ha de usarse dicho signo o indicación, incluidas las expresiones laudatorias referidas a esos productos o servicios. Sin embargo, esta Dirección no encuentra argumentos en relación con dicha causal.

En tal sentido esta Dirección considera que, pese a haber mencionado dicha causal de irregistrabilidad en su escrito, ésta no fue efectivamente invocada por el opositor, al no presentar argumentos jurídicos que la sustenten. Debido a ello, la causal referida no será tenida en cuenta.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal b) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

"b) carezcan de distintividad".

Concepto de la norma

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, *"el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores"*.³

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *"la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e*

³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso No. 126-IP-2005.

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella".⁴

Para el Tribunal, la distintividad tiene un doble aspecto:

- a) **Distintividad intrínseca** o en abstracto, mediante la cual se determina la capacidad que debe tener el signo para distinguir productos o servicios en el mercado.
- b) **Distintividad extrínseca** o en concreto, mediante la cual se determina la capacidad del signo de diferenciarse de otros signos en el mercado.⁵

Es por ello por lo que, para que un signo sea registrado como marca, deberá tener tanto una capacidad distintiva intrínseca como extrínseca.

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 tercero⁶, 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 registrada⁷.

⁴ Op. Cit.

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso No. 388-IP-2015.

⁶ •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. (...)"

⁷ 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° SD2025/0039211

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.

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486:

Falta de Distintividad

En el análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión conjunta **"MON BABY"**, junto con elementos gráficos y de diseño particulares.

En relación con la distintividad de un signo, se observa, como ha sido previamente mencionado, que esta tiene un doble aspecto:

- 1) **Distintividad intrínseca o en abstracto**, la cual supone que el signo cuyo registro se solicite sea apto para identificar productos o servicios, independientemente de la clase a la que pertenezca. Este tipo de distintividad se encuentra regulada en el artículo 135 literal a) de la Decisión 486.
- 2) **Distintividad extrínseca o en concreto**, la cual además de exigir que el signo contenga distintividad intrínseca, requiere que éste sea capaz de diferenciar el producto o servicio de otros de la misma clase, y también se encuentra recogida en el artículo 135 literal b) de la normativa en mención.

Por lo tanto, en este caso, se debe analizar en primer lugar si el signo solicitado **"MON BABY"** (mixto) posee aptitud distintiva en abstracto y, de ser así, evaluar si cuenta con aptitud distintiva en concreto respecto de los productos que pretende distinguir en las Clases 18, 24, 25 y 28 de la Clasificación Internacional de Niza. Esto dependerá, entre otros factores, de la aleatoriedad o estilización de la letra, de la mayor relevancia de los elementos gráficos del signo y de la existencia de otros signos que utilicen expresiones similares como distintivo.

El Tribunal, al referirse a signos en idioma extranjero, ha manifestado que: *"(...) cuando la denominación se exprese en idioma que sirva de raíz al vocablo equivalente en la lengua española al de la marca examinada, su grado de genericidad o descriptividad deberá medirse como si se tratara de una expresión local, lo cual sucede frecuentemente con las expresiones en idiomas latinos como el italiano o el francés que por hablarse o entenderse*

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.

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° SD2025/0039211

con mayor frecuencia entre personas de habla hispana o por tener similitud fonética, son de fácil comprensión para el ciudadano común”.⁸

De conformidad con lo anterior, esta Dirección evidencia que el signo solicitado es **evocativo**, por cuanto la expresión “MON BABY” sugiere indirectamente una marca destinada para bebés. Es decir, no se trata de una expresión genérica ni meramente descriptiva, sino de una **formulación que alude o evoca una especialización**, pero que aún requiere de interpretación por parte del consumidor promedio.

Adicionalmente, el signo es **mixto**, con una combinación de expresiones en dos idiomas francés e inglés, además la inclusión del elemento gráfico en su diseño particular, reivindicando los colores Pantone: Cool gray 11C - Pantone: 2401 C - Pantone: 130 C, contribuye a dotarlo de **un grado adicional de distintividad**, ya que introduce un componente visual diferenciador que no resulta necesario ni habitual para la designación de los productos solicitados.

Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha indicado lo siguiente:

“El signo evocativo cumple la función distintiva de la marca y, por lo tanto, es registrable. Sin embargo, entre más sea la proximidad del signo evocativo con el producto o servicio que se pretende registrar, podrá ser considerado como un signo marcadamente débil y, en consecuencia, su titular tendría que soportar el registro de signos que en algún grado se asemejen al signo evocativo marcadamente débil. Esto se da en el caso de signos evocativos que contienen elementos genéricos, descriptivos o de uso común. Si bien estos elementos otorgan capacidad evocativa al signo, también lo tornan especialmente débil, ya que su titular no puede impedir que terceros utilicen dichos elementos (...)”

Así las cosas, para esta Dirección no es de recibo, el argumento de la opositora donde manifiesta que la expresión “**MON BABY**” Mixto, carece de distintividad, pues no corresponde a una expresión descriptiva, ni genérica en los sectores a los que haría parte en virtud de la reivindicación de las Clases 18, 24, 25 y 28.

En consecuencia, el signo solicitado supera el umbral mínimo exigido por el ordenamiento jurídico para ser considerado distintivo en abstracto y, al no existir indicios de que sea comúnmente utilizado en el mercado para identificar los productos comprendidos en las Clases 18, 24, 25 y 28, también cuenta con aptitud distintiva en concreto.

Análisis de la causal de irreregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486:

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	MON	SIMON BARRERAS MARTINEZ	SD2023/0023498	11	25	Marca	Registrada	03 ene. 2034
Nominativa	BABY MOON	JORGE IVAN HERRERA OSORIO	SD2016/0021176	10	25	Marca	Registrada	16 may. 2028

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso No. 57-IP-2002.



Ref. Expediente N° SD2025/0039211

Los signos a comparar son los siguientes:



El signo solicitado a registro es de naturaleza mixta y se encuentra conformada por la expresión conjunta **MON BABY**, acompañada de un diseño de letra cursiva, donde las letras “a” e “y” poseen un color diferente, resaltando a la vista.



Por su parte, los signos traídos de oficio son de naturaleza nominativa y mixta y se encuentran conformadas por las expresiones **BABY MOON** y **MON**, esta última acompañada de un diseño de letra en cursiva.

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

“(i) 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.

“(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- *Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- *Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) 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”.⁹

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro”.¹⁰

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Comparación entre marcas nominativas y mixtas

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o

⁹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

¹⁰ Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

concepto.

- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

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 mermam el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza 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 (...).”

Análisis comparativo con marcas citadas de oficio

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo del signo solicitado en registro el preponderante en su conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas las que usaría para pedir los productos protegidos con este signo; igualmente, se aprecia que en el signo mixto traído de oficio, el elemento denominativo es el que tiene un grado de recordación más alto en la mente de consumidor y puede ser asociado a los productos que identifica, en mayor medida que el elemento gráfico. Así las cosas, teniendo en cuenta que el elemento nominativo es preponderante en todos los signos por cotejar, corresponde realizar el estudio de conformidad con las reglas de cotejo para signos nominativos.

Con fundamento en los criterios jurisprudenciales y doctrinarios de confundibilidad marcaría, esta Dirección encuentra que, al realizar el cotejo entre el signo solicitado “MON BABY” y los signos previamente registrados “BABY MOON” y “MON”, existe un riesgo de confusión en sus modalidades ortográfica, fonética y conceptual.

La alta identidad en los elementos dominantes, la estructura compositiva y la proximidad

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

conceptual de los signos son factores que, en conjunto, pueden inducir al consumidor medio a asociarlos erróneamente con un mismo origen empresarial.

En primer lugar, desde el punto de vista ortográfico, los signos “MON BABY” vs “BABY MOON” comparten una conformación gramatical bastante similar: “MON / MOON” y “BABY”, sin que el cambio de ubicación de las expresiones sea un derrotero definitivo de diferenciación, además las expresiones “MON” y “MOON” son extremadamente próximas. El consumidor medio, por un fenómeno de memoria imperfecta o sustitución de vocal, no retendrá la diferencia de la vocal “O” en “MOON”.

Al ser pronunciados, los signos “MON BABY” vs “BABY MOON” generan una cadena de sonidos (ritmo, acentuación y número de sílabas) altamente parecida. Esta similitud fonética es reforzada por la completa coincidencia del término “BABY”. En efecto, al ser pronunciados con rapidez o en contextos comerciales, el consumidor medio puede fácilmente confundir o asociar ambos signos, pues la secuencia sonora resulta muy próxima.

En el caso del cotejo entre “**MON BABY**” y “**MON**”, la semejanza es aún más evidente, pues el signo oponente se reproduce íntegramente en el primero, constituyendo su elemento inicial y, por tanto, el componente dominante.

Por otro lado, entre estos dos signos la coincidencia fonética es directa, ya que dicho término constituye la primera parte del signo compuesto y mantiene idéntica pronunciación. Esta coincidencia inicial reviste especial relevancia, pues el consumidor suele recordar y reconocer las marcas por su inicio sonoro, lo que incrementa significativamente la posibilidad de error o asociación, sin contar con el parecido en extremo similar de los elementos gráficos donde los signos presentan una tipografía en letra cursiva de tonalidad oscura.

En cuanto al aspecto conceptual, los signos comparten un campo semántico coincidente, ya que el término “BABY” evoca la idea de un bebé.¹¹ Así, tanto “MON BABY” como “BABY MOON” evocan conceptos relacionados con bebés, reforzando una identidad conceptual común en el imaginario del consumidor, pues buscan transmitir un concepto de cuidado, ternura o producto infantil/juvenil. De igual modo, el signo “MON”, cuando se presenta de forma aislada, mantiene una connotación personal o posesiva (“mi”), que puede ser interpretada como un componente abreviado o una extensión natural del signo “MON BABY”.

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 que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta los criterios de conexión competitiva que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios respectivos.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 18: Bandoleras portabebés; bolsas de cambio para bebés; bolsas de hombro portabebés; bolsas de pañales; bolsas de pañales para bebés; bolsos de cambio para bebés; bolsos de hombro portabebés; mochilas portabebés; maletines y

¹¹ Traductor Google: en línea, disponible en: <https://translate.google.com/?hl=es&sl=auto&tl=es&text=baby&op=translate>

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

portadocumentos; portadocumentos; neceseres de aseo para el transporte de artículos de tocador; neceseres para transportar artículos de higiene personal.

Clase 24: Mantas de cuna; mantas para bebés; mantas para envolver bebés; mantas para recién nacidos; ropa de cama y mantas; mantillas para bebés; pañitos para la regurgitación del bebé que no sean de papel; sacos de dormir para bebés; toallas con capucha para bebés; toallas de materias textiles para bebés; toallas [textiles] para bebés; cambiadores de tela para bebés; toallas [materias textiles] para bebés; protectores de colchones [ropa de cama]; protectores de cuna [ropa de cama]; ropa de cama; ropa de cama para cunas; cubiertas no adaptadas para barandas de cunas de bebés; doseles para cunas; sábanas ajustables para cunas; sábanas de cuna; fundas de almohada; fundas de edredones; fundas para edredones; fundas para edredones nórdicos; fundas para edredones y edredones nórdicos; fundas para edredones y nórdicos; fundas para nórdicos; mosquiteros; mosquiteros [colgaduras]; tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; ropa de hogar de materiales textiles; cortinas de materias textiles o de materias plásticas; envolturas para cubrir bebés; fundas de cojín; materias textiles en telas de rizo.

Clase 25: Ajuares de prendas de vestir para bebés; ajuares de ropa para bebés; ajuares de vestimenta para bebés; baberos para bebés que no sean de papel; bodis para bebés y niños pequeños; bodys para bebés; prendas de una sola pieza [body] para bebés; prendas de vestir para bebés; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; ropa exterior para bebés; ropa para bebés; vestimenta para bebés; ajuares de bebé [prendas de vestir]; patucos de bebé; ropa de bebé; ropa de bebé para la parte inferior del cuerpo; ropa de bebé para la parte superior del cuerpo; ropa de dormir de bebé; ropa exterior de bebé; pijamas para bebés; ropa interior para bebés.

Clase 28: Mantas de actividades para bebés; gimnasios para bebés [mantas de actividades]; juguetes de actividades para bebés adaptables a la cuna; juguetes de estimulación temprana para bebés; juguetes educativos para bebés; sonajeros con anillo de dentición para bebés; sonajeros para bebés; juguetes diseñados para amarrarlos a la cuna; juguetes para el desarrollo de bebés; muñecos de bebé; mantitas de apego [dudús]; peluches [juguetes].

Los signos confrontados identifican:

Expediente	Productos
SD2023/0023498	Clase 25: Prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería.
SD2016/0021176	Clase 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, en especial para bebés y niños.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y/o servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 25 Internacional solicitada y productos de la clase 25 Internacional de las marcas citadas de oficio:

Identidad: Vista la cobertura de los signos confrontados, es claro que se presenta identidad en los productos que cada uno de estos identifica en relación género - especie, toda vez que dentro de la categoría de “Prendas de vestir” que identifica la marca

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

antecedente, se encuentran los productos que pretende identificar el signo solicitado en registro “prendas de vestir para bebés y niños pequeños”, lo que hace evidente su relación y obvia cualquier análisis al respecto.

Así entonces, esta Dirección considera innecesario adelantar un análisis profundo en lo que a este punto respecta, saltando a la vista que los productos de los signos cotejados no solo comparten la misma naturaleza y finalidad al satisfacer las mismas necesidades del consumidor, sino que al ser idénticos existe una presunción irrefutable sobre la existencia real de conexidad competitiva entre ellos.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 18, 24 y 28 Internacional solicitada y productos de la clase 25 Internacional de las marcas citadas de oficio

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. (...)”*¹²

Los productos de la Clase 25 registrados están relacionados con **“Prendas de vestir, calzado / Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, en especial para bebés y niños”**. Por su parte, los productos de la Clase 18, 24 y 28 solicitados están relacionados con **“bolsas de cambio para bebés; bolsas de hombro portabebés; bolsas de pañales; bolsas de pañales para bebés; bolsos de cambio para bebés; bolsos de hombro portabebés”; “Mantas de cuna; mantas para bebés; mantas para envolver bebés; mantas para recién nacidos; ropa de cama y mantas; mantillas para bebés; toallas con capucha para bebés; toallas de materias textiles para bebés”; “Mantas de actividades para bebés”**, entre otros.

En consecuencia, existe entre ellos conexidad competitiva por principio de razonabilidad, tomando en cuenta que los productos de las clases 18, 24, 25 y 28 están dirigidos principalmente al mismo público consumidor: padres, madres y cuidadores de bebés, quienes adquieren de manera conjunta bolsos, mochilas portabebés (clase 18), ropa de cama, mantas y textiles (clase 24), Mantas de actividades para bebés (clase 28) y prendas de vestir infantiles (clase 25).

En efecto, el consumidor está acostumbrado a que una misma marca ofrezca una línea completa de productos para el cuidado y la vestimenta del bebé, percibiendo las prendas de vestir (ropa), las bolsas (accesorios de transporte/cuidado) y las mantas (ropa de cama/abrigo) como parte de una única colección o concepto de marca.

Asimismo, estos productos suelen comercializarse en los mismos puntos de venta (almacenes de bebés, tiendas por departamento, marketplaces especializados), lo que incrementa la posibilidad de asociación indebida respecto de un mismo origen empresarial.

El consumidor medio no realiza un análisis técnico de las diferencias de clase ni distingue entre bienes de naturaleza diversa cuando son adquiridos en un mismo entorno comercial. Por el contrario, tiende a asumir que productos tan relacionados y dirigidos a un mismo nicho provienen de una misma empresa o grupo económico. Desde esta perspectiva, es

¹² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

razonable concluir que la coexistencia de signos similares en estas clases podría generar un riesgo de conexidad competitiva.

En este orden de ideas, la decisión de la administración debe ir de la mano con los intereses de los consumidores y distintos actores en el mercado, pues se debe evitar que el consumidor asocie un mismo origen a un servicio o producto en cabeza de un mismo titular, cuando ello falte a la verdad y, a su vez, frente a los empresarios existe el deber de impedir que un tercero saque provecho sobre la base de la actividad comercial ajena.

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 servicios del titular de la marca antecedente, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Así las cosas, al aplicar la teoría de la interdependencia que, como su nombre lo indica, implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos que distinguen, establecida la similitud entre los signos, el análisis comparativo de los productos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe existir entre los productos, lo cual no se da en el presente caso.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Sin embargo, el signo objeto de la solicitud después de un análisis de oficio 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 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la señora **MARIA CAMILA FRANCO BALLEEN.**, respecto de la clase 25 Internacional.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **MON BABY** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza¹³, solicitada por la sociedad **COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES, S.L.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **MON BABY** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 24 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁴, solicitada por la

¹³ **18:** Bandoleras portabebés; bolsas de cambio para bebés; bolsas de hombro portabebés; bolsas de pañales; bolsas de pañales para bebés; bolsos de cambio para bebés; bolsos de hombro portabebés; mochilas portabebés; maletines y portadocumentos; portadocumentos; neceseres de aseo para el transporte de artículos de tocador; neceseres para transportar artículos de higiene personal.

¹⁴ **24:** Mantas de cuna; mantas para bebés; mantas para envolver bebés; mantas para recién nacidos; ropa de cama y mantas; mantillas para bebés; pañitos para la regurgitación del bebé que no sean de papel; sacos de dormir para bebés; toallas con capucha para bebés; toallas de materias textiles para bebés; toallas [textiles] para bebés; cambiadores de tela para bebés; toallas [materias textiles] para bebés; protectores de colchones [ropa de cama]; protectores de cuna [ropa de cama]; ropa de cama; ropa de cama para cunas; cubiertas no adaptadas para barandas de cunas de bebés; doseles para cunas; sábanas ajustables para cunas; sábanas de cuna; fundas de almohada; fundas de edredones; fundas para edredones; fundas para edredones nórdicos; fundas para edredones y edredones nórdicos; fundas para edredones y nórdicos; fundas para nórdicos; mosquiteros; mosquiteros [colgaduras]; tejidos y sus

Ref. Expediente N° SD2025/0039211

sociedad **COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES, S.L.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro de la Marca **MON BABY** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁵, solicitada por la sociedad **COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES, S.L.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Negar el registro de la Marca **MON BABY** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 28 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁶, solicitada por la sociedad **COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES, S.L.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 6: Notificar a la sociedad **COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES, S.L.**, solicitante del registro y a la señora **MARIA CAMILA FRANCO BALLEEN** 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 7: 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

sucedáneos; ropa de hogar; ropa de hogar de materiales textiles; cortinas de materias textiles o de materias plásticas; envolturas para cubrir bebés; fundas de cojín; materias textiles en telas de rizo.

¹⁵ **25:** Ajuares de prendas de vestir para bebés; ajuares de ropa para bebés; ajuares de vestimenta para bebés; baberos para bebés que no sean de papel; bodis para bebés y niños pequeños; bodys para bebés; prendas de una sola pieza [body] para bebés; prendas de vestir para bebés; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; ropa exterior para bebés; ropa para bebés; vestimenta para bebés; ajuares de bebé [prendas de vestir]; patucos de bebé; ropa de bebé; ropa de bebé para la parte inferior del cuerpo; ropa de bebé para la parte superior del cuerpo; ropa de dormir de bebé; ropa exterior de bebé; pijamas para bebés; ropa interior para bebés.

¹⁶ **28:** Mantas de actividades para bebés; gimnasios para bebés [mantas de actividades]; juguetes de actividades para bebés adaptables a la cuna; juguetes de estimulación temprana para bebés; juguetes educativos para bebés; sonajeros con anillo de dentición para bebés; sonajeros para bebés; juguetes diseñados para amarrarlos a la cuna; juguetes para el desarrollo de bebés; muñecos de bebé; mantitas de apego [dudús]; peluches [juguetes].

