

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100588

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

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 4 de abril de 2025, la sociedad **NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S.**, solicitó el registro de la marca **AGRYBEN 5% SG** (mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 1 y 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1064 del 16 de abril de 2025, la sociedad **TENSOACTIVOS S.G. S.A.S.** presentó oposición respecto de la Clase 01 de la Clasificación Internacional de Niza con fundamento en la causal de irregistrabilidad contemplada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“(…) III.- HECHOS O FUNDAMENTOS DE LA OBSERVACION

3.1.- La sociedad NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S., ha solicitado el registro de la Marca de productos: “AGRYBEN 5% SG” para distinguir productos de la Clase No. 01, de la Clasificación Internacional de Niza, su Despacho aceptó la solicitud mencionada en el hecho Primero, y ordenó la Publicación del Extracto correspondiente, en la Gaceta de la Propiedad Industrial, No. 1064 del 16 de abril de 2025, en la siguiente forma:

MARCA PUBLICADA:	
EXPRESIÓN:	AGRYBEN 5% SG
LOGO:	
EXPEDIENTE:	SD2025/0031219
CLASE(S):	(1) Productos químicos para la agricultura.
SOLICITANTE:	NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S.

3.2.- Al comparar las marcas se puede ver claramente que la Marca “AGRYBEN 5% SG”, TAL COMO SE PRETENDE REGISTRAR EN FORMA CLARA Y PRECISA, ES SIMILAR A LA MARCA DEBIDAMENTE REGISTRADA DE MI PODERDANTE “SG”; SIENDO TOTALMENTE CONFUNDIBLE CON LA MARCA DE MI REPRESENTADA, TENIENDO EN CUENTA QUE EL CORAZON DE LA MARCA SOLICITADA ES “AGRYBEN 5% SG” que es SIMILAR a la marca debidamente concedida enunciada anteriormente; pero esta CONFUSIÓN es aún mayor si los consideramos simultáneamente como más adelante se determina.

En efecto, la marca “AGRYBEN 5% SG” solicitada incurre en esta causal de irregistrabilidad toda vez que es similarmente confundible desde el punto de vista ORTOGRAFICO, FONETICO, VISUAL y CONCEPTUAL con la marca “SG”, previamente registradas por mi representada, pues ésta reproduce la estructura

¹ 1: Productos químicos para la agricultura.
5: Insecticidas para uso agrícola.



Resolución N° 100588

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

básica de la marca anteriormente registrada SG, de tal forma que la distintividad de ambas marcas recae sobre los mismos elementos:

3.2.1.- Por el ASPECTO FONÉTICO, hay entre los signos mencionados las siguientes similitudes cuando se pronuncia:

“SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/ AGRYBEN 5% SG”/ “SG”/

3.2.2.- Por el aspecto ORTOGRÁFICO, podemos apreciar que tanto el signo debidamente registrado y el signo solicitado, presentan entre si una fuerte semejanza por cuanto su escritura es muy similar, especialmente porque el signo solicitado reproduce en una parte preponderante el signo "SG":

MARCA REGISTRADA <u>SG</u>	MARCA SOLICITADA <u>AGRYBEN 5% SG</u>
	

3.2.3- Por el Aspecto ideológico, la similitud entre la marca concedida y la marca solicitada por la sociedad NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S., es evidente, ya que cualquier consumidor de productos de la clase No. 01, confundirá fácilmente en su *mente: “AGRYBEN 5% SG”, con la marca debidamente registrada: “SG” de mi representada, que distingue productos de la Clase No. 01, según la Clasificación Internacional de Niza, siendo estos totalmente conexos y confundibles con los mismos productos de la clase No. 01, toda vez que estos productos se comercializan, distribuyen y venden a través de los mismos canales de mercado, guardando una relación intrínseca entre ellos, además de ser intercambiables, complementarios y no excluventes entre ellos.

(...) 3.5.- Por lo tanto el ejercicio que debe practicar en el cotejo marcario deberá hacerlo a partir de un hecho que es cierto que son similarmente confundibles, “SG” vs “AGRYBEN 5% SG”, donde esta última marca no le pertenece, porque ratificamos que la expresión “AGRYBEN 5% SG” por sí sola no cumple con la función de DISTINTIVIDAD, y menos hace referencia a los productos comprendidos en la Clase No. 01, además que la marca “SG” si está registrada por mi representada, y la usa para distinguir sus productos de la clase No. 01, según la Clasificación Internacional de Niza, totalmente confundibles y conexos con los productos de la clase No. 01 que pretende identificar la marca solicitada a registro.

3.6.- La sociedad NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S., en forma reproachable ahora pretende registrar la marca similarmente confundible “AGRYBEN 5% SG”, es por lo tanto un hecho claro que la solicitante de la marca para distinguir productos de la Clase No. 01, ha desconocido a todas las luces para el Derecho marcario la marca debidamente registrada con anterioridad y concedida por esta misma Superintendencia “SG” de mi representada, teniendo todo el derecho de usar sus MARCAS y además el derecho al uso exclusivo de ella, que incluye tanto el atributo positivo de su titular para permitir o conceder el uso de la misma a un tercero, publicitar su marca, promocionar sus productos como es el caso con sus diferentes signos distintivos registrados y también de cambiarlas cuando estime convenientes, pero su MARCA sigue siendo “SG”, así como también tiene el atributo de impedir la utilización no autorizada de estos derechos, como los

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

viene utilizando la solicitante de la marca, que estaría cometiendo actos arbitrarios en contra de mi representada al utilizar en forma indebida la marca "AGRYBEN 5% SG" en el mercado colombiano, donde en este caso, mi representada tiene el Derecho legítimo e indiscutible sobre su MARCA debidamente registrada "SG" porque el legítimo titular del registro es mi representada que tiene el derecho al uso exclusivo sobre el mismo, para lo cual cuenta con las acciones que le permiten actuar contra terceros no autorizados que hagan uso de su MARCA, como está ocurriendo con la solicitante que al verse enfrentados en el mercado la marca SG/AGRYBEN 5% SG, por su similitud ortográfica, fonética y conceptual se estarían cometiendo actos en contra de mi representada.

(...) 3.9.- El hecho de que la Marca solicitada a registro tenga las semejanzas anotadas con las Marcas concedidas, implica un medio o sistema encaminado a crear confusión respecto de los productos de mi representada, teniendo en cuenta que son productos de la Clase No. 01 de la Clasificación Internacional de Niza, y si es concedido el Registro de la Marca "AGRYBEN 5% SG" se violarían las normas relativas a la protección de la Propiedad Industrial, que conceden entre otros al titular de un registro de una Marca, el Derecho exclusivo a usar dicha Marca o conjunto marcario y prohíben el registro de Marcas que sean confundibles con otras ya registradas o solicitadas con anterioridad, para productos comprendidos en una misma clase, ya que una vez registrado el signo, el titular de ella, adquiere un Derecho sobre la Marca que le legitima para usarla de manera exclusiva, impidiendo que los terceros la utilicen con el fin de designar PRODUCTOS iguales o semejantes, que guarden alguna relación como son los productos de la Clase No. 01, de la Clasificación Internacional de Niza.

(...) 3.10.- La coexistencia en el mercado de la Marca solicitada a registro, "AGRYBEN 5% SG" de concederse éste y la Marca legalmente concedida, produciría confusión en el público consumidor, y perjudica no solo a mi Cliente, al vulnerársele derechos legítimamente adquiridos, sino al público en general, y de acuerdo a todo lo anterior, el posible registro de la Marca "AGRYBEN 5% SG" tiene como único fin el obtener un aprovechamiento económico indebido, dada la calidad y aceptación de los productos producidos y prestados por mi poderdante, lo que frente a ésta última, representa con absoluta certeza un daño económico, comercial y por ende una dilución de la fuerza distintiva y del valor comercial de los productos originales: "SG".

3.11.- La sociedad TENSOACTIVOS S.G. S.A.S., no ha autorizado a persona alguna para usar sus marcas, o una expresión confundiblemente similar, dentro del territorio colombiano, la cual goza de protección legal, evento en el cual procedería la viabilidad de la solicitud de la referencia, quedando demostrado que la Marca solicitada "AGRYBEN 5% SG" es similarmente confundible a la Marca CONCEDIDA de mi poderdante, por lo tanto atentamente solicito a usted, se sirva declarar fundada la presente Observación y negar el Registro de la Marca solicitada por la sociedad NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S., y evitar que la solicitante de la Marca, se pueda aprovechar de la calidad y aceptación de los productos de mi Cliente.

(...) 3.12.- La Clase que pretende Registrar la sociedad NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S., es la Clase No. 01, y el consumidor, llegaría a pensar que se trata de productos con la Marca de mi representada "SG", donde así las cosas, cabe afirmar que los productos se destinan a la misma finalidad, y son, por lo mismo, intercambiables, los productos son complementarios, guardan relación o conexión, desarrollándose por canales de producción, distribución y comercio similares, por lo que su concurrencia en un ámbito común habría peligro de error o confusión, pues el consumidor podría llegar a pensar que dichos productos serán una nueva rama de negocio, además los Artículos a que se pretenden aplicar, son similares, y fácilmente no son diferenciables los unos de los otros, por lo que no pueden coexistir pacíficamente en el mercado, cuando los productos que amparan son tan

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

similares en su naturaleza y fines que existiría la posibilidad de duda en el público que los solicite. Los productos son similares, y guardan relación o conexión, desarrollándose por canales de producción, distribución, y comercios similarmente confundibles, donde se puede hablar del riesgo de confusión, por su lugar de expedición, siendo los establecimientos que los expenden los mismos.

(...) 3.14.- Porque indiscutiblemente estamos frente a signos que, si presentan riesgo de confusión, pretendiendo la solicitante la utilización del prestigio, fama, clientela y publicidad de mi representada máxime si se ocupan de productos afines, y si se concediera la marca "AGRYBEN 5% SG" generará la desviación de la clientela, y actos en contra de mi representada. En consecuencia, este registro que pretende realizar de la Marca "SG", en la Clase No. 01, constituye sin lugar a dudas actos en contra de los intereses de mi representada, que ni siquiera la Superintendencia de Industria y Comercio, puede prestarse para que una persona natural o jurídica se apropie en forma indebida de una marca que tiene un prestigio y un posicionamiento para los productos de la Clase No. 01 de la Clasificación Internacional de Niza, donde se demuestra claramente las intenciones de la solicitante al pretender registrar este signo, violando el principio de transparencia que debe existir en el mercado, atentando en forma directa contra la libre y responsable competencia económica, obteniendo la sociedad NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S., un aprovechamiento económico indebido, dada la calidad y aceptación de los productos producidos y prestados por mi poderdante, lo que frente a ésta última representa con absoluta certeza un daño económico, comercial, y por ende una dilución de la fuerza distintiva y del valor comercial de los productos originales de SG (...).

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

"(...) IV. CONTRAARGUMENTOS FRENTE A LA OPOSICIÓN

1. Diferencia global entre los signos: impresión de conjunto

Para iniciar los argumentos de respuesta a la oposición presentada, es relevante mencionar que la comparación entre las marcas debe hacerse desde la impresión de conjunto, como lo ha señalado de manera reiterada la jurisprudencia del Tribunal Andino y la propia Superintendencia de Industria y Comercio. El signo "AGRYBEN 5% SG" incluye elementos denominativos, numéricos, simbólicos y visuales que en su totalidad resultan suficientemente distintivos frente a la marca "SG", la cual es un signo breve, de dos letras, sin mayores rasgos distintivos ni gráficos.

(...) En el caso de "AGRYBEN 5% SG" vs. "SG", es claro que "AGRYBEN 5% SG" incluye elementos denominativos, numéricos, simbólicos y visuales que en su totalidad resultan distintivos frente a la marca "SG", que es breve y sin mayores rasgos distintivos, pues una vez analizados en conjunto, la impresión global de "AGRYBEN 5% SG" es compleja y diferente a la de solo "SG".

En conclusión, la marca del opositor no contiene elementos gráficos complejos ni características que refuercen su distintividad, por lo que su campo de protección debe considerarse estrecho o limitado. La inclusión del término "SG" en la marca solicitada por mi poderdante corresponde a un elemento secundario y descriptivo en el signo solicitado que no genera riesgo de confusión, pues no resulta principalmente relevante en el uso de la marca; como se puede ver en la solicitud de registro, su principal denominación y por la cual un consumidor promedio la adquiriría sería por el indicativo "AGRYBEN" y no por la sigla "SG", tal y como lo pretende hacer ver el opositor.

2. Inexistencia de similitud fonética relevante El opositor sostiene una similitud fonética, pero ignora que el elemento distintivo predominante en la marca

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

“AGRYBEN 5% SG” es “AGRYBEN” y no “SG”.

Fonéticamente, la expresión completa tiene una cadencia totalmente diferente, con un número mucho mayor de sílabas y una entonación distinta.

(...) 3. Similitud ortográfica inexistente Ortográficamente, las marcas son claramente diferentes. La marca “SG” está compuesta por solo dos letras, mientras que “AGRYBEN 5% SG” contiene una palabra surgida de la invención del equipo comercial de mi representada “AGRYBEN”, un porcentaje técnico (5%) y las letras “SG” como indicador de que es un compuesto de Gránulos Solubles en Agua. La diferencia en longitud, estructura, complejidad y composición anula cualquier riesgo de confusión ortográfica.

La similitud ortográfica o visual se deriva de la coincidencia de letras entre los signos, valorando la longitud de las palabras, sus raíces y terminaciones, el orden en la secuencia de vocales y el número de letras tal como lo ha señalado el Tribunal de la Comunidad Andina de Naciones reiteradamente.

(...) Finalmente, y como consecuencia del análisis efectuado por el Consejo de Estado, se identifica lo siguiente:

1. La sílaba tónica de los signos a comparar no se encuentra en la misma posición, no es idéntica y es muy fácil de distinguir, por lo tanto, la diferencia entre los signos es evidente.

2. Ahora bien, tal como se ha indicado a lo largo de este escrito, no se evidencia que las siglas “SG” tengan una presencia significativa en el nombre “AGRYBEN 5%, SG” sumado al hecho de que, como ya se indicó, la marca “SG” esta reducida a dos letras, mientras que la marca “AGRYBEN 5% SG” se compone de una palabra surgida de la invención del equipo comercial de mi representada, un porcentaje específico de concentración del producto y la denominación SG como indicativo de “Gránulos Solubles en Agua”.

4. Ausencia de similitud conceptual o ideológica El signo “SG” no tiene una carga conceptual definida y clara. No representa una idea o imagen concreta que pueda ser evocada por el consumidor promedio. “AGRYBEN 5% SG”, en cambio, remite a un producto con nombre propio, un porcentaje técnico que permite individualizar el bien dentro de su categoría comercial y la formulación del producto, tal y como más adelante se desarrollará.

La similitud ideológica se produce entre signos que evocan la misma o similar idea, que deriva del mismo contenido o parecido conceptual de los signos. Cuando los signos representan o evocan una misma cosa, característica o idea, se estaría impidiendo al consumidor distinguir una de otra (Ver Proceso 401-IP-2015).

La afirmación de que “SG” no tiene una carga conceptual definida y clara, mientras que “AGRYBEN 5% SG” remite a un producto específico con un nombre propio, un porcentaje técnico y una formulación, rompe la existencia de una evocación conceptual común para que se configure la similitud ideológica que le impida al consumidor diferenciar ambos productos.

En este sentido al “SG” no tener una carga conceptual definida y clara, es posible considerarla una sigla genérica o descriptiva que en materia marcaria suele tener una carga conceptual débil o inexistente, mientras que un signo más elaborado, como “AGRYBEN 5% SG” puede crear una idea o asociación más específica en la mente del consumidor.

Ahora bien, sin perjuicio del desarrollo expuesto, y teniendo presente la falta de claridad ideológica y conceptual en la utilización de la sigla “SG”, se identifica que

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

una vez revisada la jurisprudencia del Tribunal de la Comunidad Andina de Naciones, así como la revisión del caso “Sal de Frutas” por el Consejo de Estado, los signos usuales de conformación de productos o signos de uso común en un sector comercial específico, no ostentan de protección especial, pues tal y como se evidenció en el sector farmacéutico es común el uso de partículas en marcas de este sector, generando una protección débil, tal y como se revela a continuación.

4. Partículas de uso común en la conformación de marcas farmacéuticas

4.3. Se entiende por signo común o usual aquel que se encuentra integrado exclusivamente por uno o más vocablos o indicaciones que se utilizan en el lenguaje corriente o en el uso comercial del país para identificar productos o servicios de que se trate, pues al tener dicha cualidad carecen de capacidad distintiva.

En consecuencia, no es posible aceptar como marca registrable aquellos signos que se hubieran convertido en una designación común o usual del producto o servicio de que se trate en el lenguaje corriente o en la usanza del país; esos signos usuales en el lenguaje común o en los usos comerciales en relación con los productos o servicios que pretenden representar, es decir, aquellos signos que se han convertido en habituales en el lenguaje común o en las costumbres del comercio para designar los productos o servicios.

4.4. En principio no puede registrarse un signo que consista exclusivamente (o se haya convertido) en una designación común o usual del producto o servicio.

Basado en lo transcrito, se precisa que las siglas “SG” incorporadas en la expresión “AGRYBEN 5% SG” no constituyen un elemento de distinción marcaria única de AGRYBEN, sino que refiere a una designación técnica internacionalmente aceptada en el sector agroquímico.

En efecto, “SG” corresponde a la abreviatura de la formulación del producto “Water Soluble Granules”, es decir, gránulos solubles en agua, utilizada para identificar una forma galénica o presentación técnica de plaguicidas y fertilizantes en la industria agrícola.

Este tipo de codificación se encuentra regulado y estandarizado por organismos internacionales como la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) y la ISO (Organización Internacional de Normalización), con el fin de garantizar una nomenclatura clara y uniforme a nivel global. Así, otros ejemplos similares de designaciones técnicas incluyen:

- WP: Wettable Powder (polvo mojable)*
- EC: Emulsifiable Concentrate (concentrado emulsionable)*
- SC: Suspension Concentrate (concentrado en suspensión)*
- WG: Water-Dispersible Granules (gránulos dispersables en agua)*
- SG: Water Soluble Granules (gránulos solubles en agua)*

En este sentido, el uso de “SG” en la denominación del producto “AGRYBEN 5% SG” es de carácter estrictamente técnico y busca informar al usuario profesional agrícola sobre la presentación y modo de disolución del producto, cumpliendo con buenas prácticas comerciales y de etiquetado en el sector agroindustrial (...)."

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

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

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 (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° SD2025/0031219

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

La marca opositora es la siguiente:

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Tipo	Estado
Marca	SG	TENSOACTIVOS S.G. S.A.S.	10097645	9	1	Mixta	28 ene. 2031

Los signos comparados son los siguientes:

El signo solicitado	El signo opositor
 (mixta)	 (mixta)

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 saber:

- “(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° SD2025/0031219

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 mercado⁴.

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 registro⁵”.

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.

Análisis comparativo

El signo solicitado **AGRYBEN 5% SG** es de naturaleza mixta y consta, en su elemento nominativo, de la expresión **AGRYBEN** seguido del porcentaje **5%** y las iniciales **SG**, su

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

⁵ Ibidem

Resolución N° 100588

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

elemento gráfico está dado por la forma especial de sus letras rígidas en color rojo y negro junto con la ilustración de una abeja en la parte superior derecha.

Por su parte, el signo opositor **SG** es de naturaleza mixta y consta, en su elemento nominativo, de las siglas SG acompañado de las grafías redondeadas y suaves de sus letras en color blanco con un sombreado negro.

En primer lugar, se pone de presente que el elemento nominativo de los signos enfrentados son los preponderantes en sus conjuntos, por ser los vocablos quienes guardan mayor grado de recordación en la mente de los consumidores, toda vez que son las palabras son las usualmente empleadas por las personas para referirse a los productos y servicios identificados por las marcas.

Así las cosas, se observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al compartir algunas partículas (SG), analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados y transcritos (AGRYBEN 5%) produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación. Concretamente, en el plano ortográfico, los signos confrontados presentan distintas cadenas vocálicas y consonánticas (AGRYBEN) que hacen que se emita una impresión en conjunto diferente. Así, la coincidencia en una partícula (SG) no puede ser precepto de negación de los signos, comoquiera que las demás sílabas que los conforman permiten su diferenciación.

Esta Dirección observa que una vez comparados los vocablos predominantes en cada uno de los signos confrontados (AGRYBEN vs SG), no existe riesgo de confusión entre los mismos, en la medida en que el nuevo vocablo en el signo solicitado logra diluir claramente las semejanzas entre los otros términos. En relación con este tema el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha sostenido que *"La presencia de una palabra con contenido distintivo, aunque las otras sean iguales o parecidas a un signo con anterior registro, no impediría el acceso marcario del segundo, más aún si el primero contiene en su composición palabras de uso común y usual, las que no son apropiables como de uso exclusivo"*⁶.

Teniendo en cuenta que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irreregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

⁶ TJCA, Proceso N°21-IP-98.

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **TENSOACTIVOS S.G. S.A.S.**

ARTÍCULO 2. Conceder el registro de la marca **AGRYBEN 5% SG** (mixta).



Reivindicación de colores:

PANTONE BLACK C
PANTONE 177 C
PANTONE 7507 C
PANTONE 376 C
PANTONE 185 C
PANTONE 1787 C

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

1: Productos químicos para la agricultura.

De la Clasificación Internacional de Niza, Edición N°12.

Titular: **NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S.**
MZ 21 LT 6 BRR DOCE DE OCTUBRE - ANTIOQUIA - CAREPA
CAREPA 057850 ANTIOQUIA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3. Conceder el registro de la marca **AGRYBEN 5% SG** (mixta).



Reivindicación de colores:

PANTONE BLACK C
PANTONE 177 C
PANTONE 7507 C
PANTONE 376 C
PANTONE 185 C
PANTONE 1787 C

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

5: Insecticidas para uso agrícola.

De la Clasificación Internacional de Niza, Edición N°12.

Titular: **NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S.**

Resolución N° 100588

Ref. Expediente N° SD2025/0031219

MZ 21 LT 6 BRR DOCE DE OCTUBRE - ANTIOQUIA - CAREPA
CAREPA 057850 ANTIOQUIA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 4. Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 5. Notificar a la sociedad **NOVAGRO-AG COLOMBIA ZOMAC S.A.S.**, solicitante del registro y a la sociedad **TENSOACTIVOS S.G. S.A.S.**, opositora, 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 1 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS