

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100867

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

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 21 de abril de 2025, la sociedad **DENTSCARE LTDA.**, solicitó el registro de la Marca **CONDAC** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 del 8 de mayo de 2025, la sociedad **MACONDA LABS S.A.S.** presentó oposición con fundamento 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:

“(...) el signo solicitado CONDAC es altamente similar en grado de confusión a la marca opositora MACONDA, pues, la expresión CONDAC que se pretende reproduce en gran porcentaje a aquella (MACONDA), sin que la modificación pretendida le otorgue distintividad, dado que los signos, desde su parte fonética y gramatical, siguen siendo casi iguales, pues, en las sílabas que comparten, se encuentra la sílaba tónica de ambas palabras, en una idéntica posición, además, presentan coincidencia en la gran mayoría de partículas de ambas expresiones, lo que genera que estas sean casi idénticas y que la que se pretende registrar como marca no cuente con una distintividad extrínseca siquiera mínima frente al signo opositor.

En el presente caso encontramos que la expresión CONDAC no es registrable como marca, ya que un consumidor puede adquirir los productos con ella pretendidos pensando que se trata de los productos que mi mandante distingue con la marca MACONDA, y le atribuirá, indefectiblemente, el origen empresarial de mi cliente, existiendo así, riesgo de confusión directo e indirecto y en el menor de los casos, una creencia de que el solicitante y mi mandante tienen un vínculo o relación económica.

Como puede observarse, las marcas se escriben de manera altamente semejante, cumpliéndose con todos los requisitos previstos por la jurisprudencia respecto del cotejo marcario en su parte gramatical:

- 1. Semejanza de las letras en conflicto: la marca solicitada se encuentra incursa dentro del signo opositor y comparte casi todas las letras en la misma ubicación y secuencia.*
- 2. Secuencia de las consonantes: son casi idénticas. C/N/D/C M/C/N/D*
- 3. Secuencia de las vocales: son casi idénticas. O/A A/O/A*
- 4. Sílaba tónica: idéntica.*

Se puede observar que las marcas son gramaticalmente similares, la marca solicitada reproduce de manera idéntica la marca fundamento de oposición y comparte una misma pronunciación, pues, como ya se ha mencionado, el signo solicitado no cuenta con diferencia alguna, salvo la modificación de la raíz, lo cual, de manera

¹ 5: Preparaciones odontológicas para restauraciones; acondicionadores ácidos odontológicos; gel; odontológico para acondicionamiento de esmalte y dentina; gel odontológico para acondicionamiento de porcelana.

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

consecuencial, se presta para confusión en el consumidor, ya que la marca solicitada no es capaz de individualizarse en el mercado dada su falta de identidad formal en relación con la marca opositora, por lo que carece de distintividad, siendo motivo suficiente para establecer su irregistrabilidad. El consumidor creerá que las diferencias que se presentan son una variación o una nueva imagen de la marca que ya conocía proveniente MACONDA LABS S.A.S.

La semejanza respecto de la sucesión de gran parte de las letras y vocales en las marcas, hace que, necesariamente, compartan las mismas características fonéticas y gramaticales, y que, en lo relacionado con estos aspectos, no se identifique ninguna diferencia significativa que permita pensar que los signos pudieran coexistir.

Todo lo anterior propugna por la identidad formal de los signos, lo que encaja en la primera parte del tipo jurídico debatido, ya que el signo solicitado es casi idéntico a la marca opositora, MACONDA, y generaría confusión en el mercado.

La marca solicitada reproduce casi en su totalidad y de forma idéntica a la marca opositora. Su pronunciación es la misma y da cuenta de dos marcas semejantes a punto de causar confusión y riesgo de asociación. Máxime cuando se advierte que, fonéticamente hablando, NO se evidencia diferencia significativa en su pronunciación más allá de la modificación de la raíz, lo cual, es imperceptible para el consumidor, quien visualizará las marcas de manera sucesiva y no simultánea. Y teniendo en cuenta que la expresión solicitada previamente por mi cliente es fantasiosa para los productos que reivindica, genera mayor potencial distintivo frente a otros signos similares, como lo es la marca CONDAC.

Desde el punto de vista fonético, las expresiones MACONDA y CONDAC presentan una alta similitud, ya que comparten la estructura silábica "CONDA", la cual se pronuncia de manera idéntica en ambos casos. Esta secuencia común tiene un peso fonético importante, ya que se encuentra en el intermedio de cada palabra, lugar que capta especialmente la atención del consumidor al momento de escuchar (...)

Desde el punto de vista visual, las marcas en cuestión presentan un alto grado de similitud que resulta evidente al compararlas. Esta similitud es tan pronunciada que puede generar confusión en los consumidores, particularmente cuando los signos son observados de manera sucesiva y no simultánea.

No se observa ningún tipo de diferencia en el signo solicitado que pueda significar un elemento diferenciador y que pueda ayudar al consumidor a entender que se trata de diferentes marcas, así mismo, se debe tener en cuenta que los elementos gráficos no le aportan la suficiente distintividad al punto de permitir su registro.

En el presente caso, en aplicación de las reglas básicas para el cotejo marcario, tenemos que, en efecto, las marcas resultan idénticas viéndolas desde su conjunto, ya que, teniendo en cuenta que las marcas se mencionan con las fuerzas de las palabras CONDAC y MACONDA, impactan de la misma manera en la mente del consumidor; por lo que, de permitirse su registro, se pondría al consumidor en la incapacidad de decidir, ya que, las encontrará de manera individualizada, en el mismo mercado y para los mismos productos, y una será la recordación, indefectiblemente, de la otra; no existe entre los signos enfrentados diferencias que puedan ser tenidas en cuenta al momento de cotejar los signos, pues, no se torna relevante la transposición de los vocablos.

Existe conexidad competitiva entre los productos de la clase 5 amparados por la marca solicitada y los protegidos por la marca opositora, en tanto ambos se encuentran dirigidos al sector de la salud, específicamente al ámbito odontológico y médico, y comparten características funcionales, canales de comercialización y público objetivo.

Los productos identificados por la marca solicitada, tales como preparaciones odontológicas para restauraciones, acondicionadores ácidos odontológicos, y geles

Resolución N° 100867

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

para el acondicionamiento de esmalte, dentina o porcelana, son insumos especializados de uso clínico en tratamientos dentales, utilizados por odontólogos para preparar superficies dentales antes de restauraciones, cementaciones (...)

Por su parte, la marca opositora ampara un catálogo amplio de productos farmacéuticos y médicos, dentro del cual se destacan aquellos directamente relacionados con la odontología, como los materiales para empastes e improntas dentales, que también se utilizan en procedimientos restaurativos. Estos productos son empleados por el mismo tipo de profesionales (odontólogos y personal clínico especializado), en los mismos entornos (consultorios, clínicas y laboratorios odontológicos), y pueden incluso ser fabricados o distribuidos por las mismas empresas del sector biomédico o farmacéutico.

La finalidad funcional de ambos grupos de productos coincide ya que todos son utilizados en procedimientos terapéuticos y restaurativos en el campo odontológico, contribuyendo a la reconstrucción, tratamiento y cuidado de la salud oral.”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **DENTSCARE LTDA.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Las marcas no comparten ni una sola letra en la misma posición.

Las letras en común (C, O, N, D, A) están distribuidas en distinto orden, lo que elimina cualquier similitud fonética o visual relevante.

La marca “MACONDA” tiene una sílaba más y una sonoridad distinta, con un ritmo más fluido y suave.

“CONDAC” tiene una sonoridad más seca, técnica, directa. Es más breve y contundente. ESSITY INTERNAL

A nivel ortográfico y fonético, las marcas son completamente distintas, pero esto no es suficiente motivo para establecer confundibilidad, menos aun cuando su configuración visual y fonética es notoriamente distinta.

Ambas marcas son de tipo mixto, cada una dotada de una tipografía especial, acentuándose la figura de pétalos, hojas o flores característico de la marca Maconda, generando una distintividad particular en este signo.

El análisis comparativo incluye la parte figurativa del signo Maconda como principal elemento identificador y diferenciador. Las presentaciones gráficas específicas de la marca Maconda y Condac, difieren completamente.

La marca “CONDAC” identifica productos específicos del campo de la odontología restaurativa, altamente especializados, de uso exclusivamente profesional por odontólogos.

La CONDAC es una marca claramente orientada a productos odontológicos de uso profesional técnico, tales como: Gel odontológico para restauraciones, Acondicionadores ácidos para dentina y esmalte y cuyo Público objetivo serían principalmente los Profesionales en odontología y como Canal de distribución son las Clínicas, distribuidores odontológicos especializados.

La marca “MACONDA” ampara productos de uso médico, veterinario, alimenticio y sanitario, con un espectro de cobertura muy amplio y dirigido tanto al público general como profesional y cuyo canal de distribución son las Farmacias, supermercados, tiendas veterinarias.

Aunque ambas marcas se encuentran en la misma clase, la especialización y canal

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

de comercialización de los productos es distinta. La coexistencia pacífica de marcas dentro de una misma clase, pero con segmentos claramente diferenciados, es práctica común y permitida.

No existe identidad ni semejanza sustancial entre las marcas.

No existe coincidencia de productos específicos ni canales de comercialización que permitan presumir una posible asociación empresarial.

No hay prueba concreta de confusión actual o potencial, como exige la regulación, la doctrina y la jurisprudencia.”

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

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. (...).”

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

registrada³. Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	MACONDA	Maconda Labs S.A.S.	SD2022/0034046	11	5, 44	Marca	Bajo Examen de Fondo	-

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
Nominativa	CONTAC	COUTTENYE & CO., S.A.	923517891	7	1	Marca	Registrada	26 de agosto de 2034

Los signos a comparar son los siguientes:



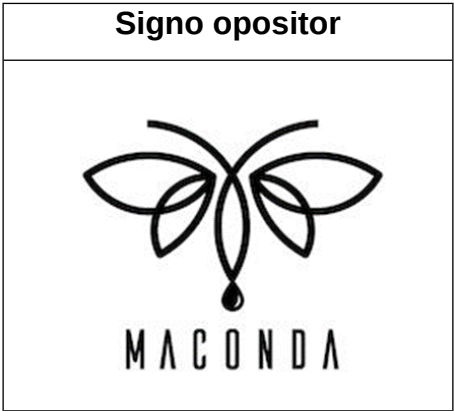
³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

- 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° SD2025/0035105

El signo mixto solicitado para registro consiste en la expresión denominativa "CONDAC" presentada con una tipografía especial. Se observa un ligero engrosamiento o sombra en las letras, dándole un efecto de tridimensionalidad.



El elemento gráfico del signo mixto opositor es una figura abstracta de líneas continuas y delgadas, simétrica, que evoca la forma esquematizada de un insecto o una flor con cuatro pétalos o alas, culminando en su parte inferior en un pequeño círculo sólido que sugiere una gota. El elemento denominativo es la expresión "MACONDA" en mayúsculas, presentada debajo del gráfico con una tipografía especial.

Antecedente
CONTAC (Nominativa)

La marca hallada de oficio es nominativa y consta de la expresión “CONTAC”.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos y nominativos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y nominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos.⁴

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”*.⁵

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.



Ref. Expediente N° SD2025/0035105

El Tribunal ha reiterado que, “*en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos (...)*”.

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente caso es claro para esta Dirección que predomina el elemento nominativo en los signos bajo estudio, por lo que 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.

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 el elemento común preponderante en ambos signos.”⁶

Análisis comparativo con el signo opositor

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, se trata de un signo de naturaleza mixta, conformado por la expresión CONDAC en una tipografía estilizada. Por su parte, la marca opositora es de igualmente mixta, conformada por la expresión MACONDA y un elemento gráfico que evoca una figura de planta, insecto o mariposa.

A juicio de esta Dirección, al analizar en conjunto cada signo, se tiene que CONDAC es una palabra bisilábica que genera una impresión sonora y visual corta, concisa y con acento en la sílaba final (DAC). En el plano fonético, las diferencias son evidentes y preponderantes. La estructura de CONDAC es bisilábica (CON-DAC) y se pronuncia como palabra aguda con fuerza en la última sílaba. La estructura de MACONDA es trisilábica (MA-CON-DA) y se pronuncia como palabra grave. La adición de la sílaba inicial 'MA' en la marca opositora alarga la expresión y modifica completamente el ritmo y la cadencia, rompiendo la identidad vocálica y consonántica con la marca solicitada.

Además, se puede observar una diferencia gráfica y visual los signos bajo estudio. El signo CONDAC se presenta únicamente con su expresión denominativa en una tipografía redondeada y estilizada con efecto de relieve, careciendo de un logotipo o elemento gráfico anexo. Por el contrario, la marca opositora MACONDA incluye un elemento figurativo destacado y geométrico que evoca un insecto o flor, y su tipografía para la expresión es de palo seco con caracteres angulares y con el travesaño de la 'A'

⁶ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

modificado. Estas diferencias estructurales y de presentación confirman que el consumidor percibe dos marcas completamente distintas en el plano gráfico.

Finalmente, desde el aspecto conceptual, se puede observar una diferencia relevante. Mientras que la expresión de fantasía CONDAC no evoca ningún concepto, significado o referencia cultural particular, la marca opositora MACONDA, aunque también podría ser catalogada como de fantasía, alude o evoca al célebre pueblo ficticio de *Macondo* creado por Gabriel García Márquez en su obra cumbre de *Cien Años de Soledad*, lo que confiere al signo opositor una connotación cultural y literaria con un significado diferenciador, facilitando aún más la distinción entre ambos signos por parte del consumidor.

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.

Análisis comparativo con la marca hallada de oficio

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, conformado por la expresión CONDAC y elementos gráficos de tipografía estilizada. Por su parte, la marca antecedente es de naturaleza nominativa, conformada por la expresión CONTAC.

A juicio de esta Dirección, se observa una alta identidad entre la marca solicitada CONDAC y el antecedente CONTAC, al realizar el análisis del riesgo de confusión. En el plano ortográfico, los signos son expresiones bisilábicas compuestas por seis letras, de las cuales cinco son idénticas y se encuentran en la misma posición, mientras que la única diferencia recae en una consonante que no disipa la altísima similitud entre los signos.

De tal modo, los signos comparten la estructura inicial C-O-N y la estructura final A-C, difiriendo únicamente en la cuarta letra: D en el signo solicitado (CONDAC) y T en el signo antecedente (CONTAC). Fonéticamente, la 'D' y la 'T' son consonantes que, al ser pronunciadas rápidamente, generan un sonido muy próximo, resultando imperceptible para el consumidor promedio y materializando de este modo el riesgo de confusión. Esta identidad rítmica, sumada a la secuencia vocálica idéntica, hace que el consumidor fácilmente confunda un signo con el otro.

Finalmente, desde el plano visual, la similitud es notoria. Un consumidor promedio que no tiene a la vista ambos signos simultáneamente, y que solo recuerda la estructura general de la marca con cinco de sus seis letras idénticas y en la misma posición, incurriría fácilmente en error, confundiendo a CONDAC con CONTAC al tratarse de una diferencia mínima y ligeramente perceptible en el centro de la expresión.

Teniendo en cuenta lo anterior y ante la existencia del riesgo de confusión, debe verificarse 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:

5: Preparaciones odontológicas para restauraciones; acondicionadores ácidos odontológicos; gel; odontológico para acondicionamiento de esmalte y dentina; gel odontológico para acondicionamiento de porcelana.

El signo confrontado identifica:

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

Expediente

Productos

923517891

(1): Todos los productos comprendidos en la clase 01 de la clasificación internacional de marcas, Arreglo de Niza 1957.

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 que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Análisis de Conexidad Competitiva entre la Clase 5 de la solicitante y la Clase 1 de la marca antecedente

La cobertura de la marca solicitada se centra en productos altamente especializados: *"Preparaciones odontológicas para restauraciones; acondicionadores ácidos odontológicos; gel odontológico para acondicionamiento de esmalte y dentina; gel odontológico para acondicionamiento de porcelana"* (Clase 5). Por su lado, el antecedente registrado identifica a título genérico: *"Todos los productos comprendidos en la clase 01 de la clasificación internacional de marcas, arreglo de Niza 1957"* (Clase 1), lo cual incluye, sin limitación, productos químicos destinados a la industria y la ciencia.

A juicio de esta Dirección, es un hecho notorio en el mercado que las empresas que producen sustancias químicas complejas destinadas a la ciencia, la investigación y la industria (Clase 1) tienen la capacidad, el *know-how* y la infraestructura técnica para diversificar su portafolio hacia productos que tienen una base química similar, aunque su finalidad sea médica o farmacéutica. Por lo tanto, existe una conexión innegable por **razonabilidad** al considerar que los productos de la solicitante (preparaciones químicas para uso odontológico Clase 5) refieren, en esencia, a productos químicos especializados.

Es perfectamente razonable para el consumidor y el sector profesional (odontólogos, técnicos de laboratorio, clínicas) que un fabricante de "productos químicos destinados a la ciencia" (Clase 1, cobertura genérica del antecedente) también ofrezca "acondicionadores ácidos odontológicos" (Clase 5 de la solicitante). Ambos productos requieren procesos de formulación, calidad y distribución rigurosos, compartiendo a menudo los mismos canales de aprovisionamiento de materias primas y, en algunos casos, los mismos laboratorios de I+D. La diversificación de un fabricante de químicos (Clase 1) hacia soluciones médicas o dentales (Clase 5) es una práctica económica sólida, lo que llevaría al consumidor a presumir, equivocadamente, que los productos CONDAC y CONTAC provienen de una única casa matriz.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud 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 sociedad **Maconda Labs S.A.S.**

Resolución N° 100867

Ref. Expediente N° SD2025/0035105

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **CONDAC** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por la sociedad **DENTSCARE LTDA.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a la sociedad **DENTSCARE LTDA.**, solicitante del registro y a la sociedad **Maconda Labs 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 4: 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

⁷ 5: Preparaciones odontológicas para restauraciones; acondicionadores ácidos odontológicos; gel; odontológico para acondicionamiento de esmalte y dentina; gel odontológico para acondicionamiento de porcelana.