

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 103910

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

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 22 de abril de 2025, la sociedad **INVERSIONES THELEMA S.A.**, solicitó el registro de la Marca **RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 25 de abril de 2025, los señores **JULIO HERNAN CORDOBA DÍAZ** y **JUAN ESTEBAN FERNANDEZ LOPEZ** presentaron oposición con fundamento en el Literal a) Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

“(...) En los signos enfrentados se evidencia que ambos fonemas altamente parecidos como lo son RITUALLE y RITUAL en grafías parecidas con letras delgadas y sobre ellas una figura ovalada que aumenta el parecido entre ambas, incrementando el riesgo de confusión a los consumidores que se encontrarán con marcas visualmente parecidas, para productos y servicios similares, causando un perjuicio a los derechos previamente adquiridos por los opositores que tienen el registro de la marca.

La expresión adicional que acompaña el término RITUAL (Botánico), claramente es una palabra de uso común y general de la clase 3 internacional, por lo tanto, no otorga distintividad suficiente que permita distanciarse de la marca previamente registra RITUALLE SKINCARE.

Es importante aclarar que el elemento predominante en el signo solicitado incluso en el gráfico son los fonemas RITUAL BOTÁNICO y RITUALLE SKINCARE. la comparación debe ser: RITUAL y RITUALLE. (...)”

La causal indicada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, contempla dos condiciones, la primera ya está probada y es la similitud entre los signos enfrentados, y la otra es que, debe existir una identidad, similitud o conexidad competitiva en los productos y/o servicios que identifican los signos enfrentados. En el caso en concreto hay una completa identidad por conexidad entre los productos y servicios cobijados por las marcas RITUALLE SKINCARE y RITUAL BOTÁNICO. (...)”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **INVERSIONES THELEMA S.A.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...) PRIMERO: Previo a dar respuesta a la demanda de oposición referida, es importante mencionar al Despacho que el encabezado del artículo 136, el cual se reputa como violado, hace referencia a la imposibilidad de registro de una marca que

¹ 3: Preparaciones para el cuidado del cuero cabelludo y del cabello, productos de cuidado personal, a saber, preparaciones limpiadoras para la piel, la cara y el cuerpo; preparaciones cosméticas de cuidado facial; pastillas de jabón; jabones líquidos para las manos; geles y cremas de ducha; jabones corporales; preparaciones exfoliantes; tónicos para la piel; cosméticos; preparaciones para retirar cosméticos; mascarillas cosméticas para el cutis; desodorantes, productos antitranspirantes y aerosoles para las axilas para uso personal; hidratantes, sueros, lociones y cremas corporales, para la piel y para la cara; productos de afeitar; preparaciones cosméticas para proteger la piel de los efectos del sol; productos con filtro solar; toallitas impregnadas con preparaciones de limpieza.

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

afecte indebidamente un derecho de tercero. Sin embargo, el caso objeto de estudio, no se adecúa a esta primera premisa, puesto que, el opositor omite un antecedente sumamente relevante sobre los registros previos de nuestro mandante, quien tiene derechos sobre la marca que se pretende registrar, pues, como se explayará más adelante. Es decir, nuestro mandante es titular de la denominación RITUAL, protegida mediante varias marcas, para productos conexos con los que se buscan proteger actualmente en la clase 3. (...)

SEGUNDO: Resulta pertinente manifestar al Despacho que, frente a la solicitud de registro de la marca RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL presentada por mi mandante, no solo fue presentada la oposición de JULIO HERNAN CORDOBA DÍAZ y JUAN ESTEBAN FERNANDEZ LOPEZ, que es objeto de la presente respuesta, sino que también se presentó oposición por parte de RITUALLE INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V., titulares de las marcas RITUALLE, RITUAL SENSE, RITUAL, identificadas con los expedientes SD2020/0104814, SD2021/0070218, SD2021/0070265, entre otros.

Este hecho resulta relevante, pues demuestra que en el mercado marcario colombiano ya existen múltiples signos compuestos que incluyen el término “RITUAL” o expresiones derivadas de este, como lo son RITUALLE SKINCARE, RITUALLE, RITUAL, RITUAL SENSE, entre otros, todos ellos a nombre de titulares distintos y coexistiendo pacíficamente en la Clase 3 Internacional. En ese sentido, se refuerza la tesis de la registrabilidad del signo solicitado por mi representado, en tanto su coexistencia con dichas marcas no supone un riesgo real de confusión, máxime cuando —como se argumentará— su composición visual, conceptual y fonética permite diferenciarla claramente del resto.

Solicitamos entonces al Despacho que, además de tener en cuenta los argumentos de fondo que se expondrán a continuación, considere especialmente esta circunstancia, ya que no resultaría jurídicamente coherente permitir la coexistencia de varias marcas con el elemento “RITUAL” en la misma clase, y, al mismo tiempo, denegar el registro de la marca RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL, que presenta diferencias estructurales, gráficas y conceptuales aún más evidentes frente a los signos previamente aceptados. (...)

Antes de referirnos a este punto, es preciso referirnos a dos cuestiones; primero, pese a que la marca solicitada es de tipo mixta, es claro que la comparación debe hacerse desde el aspecto nominativo por ser este el más relevante en ambos casos, sin dejar de lado, claro, la comparación visual y gráfica, la cual también resulta determinante para conceder el registro de la expresión RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL como marca para distinguir productos de la clase 3 de la Clasificación y; segundo, resulta sumamente relevante manifestar que la expresión RITUAL (la cual, según el opositor, da lugar a la confundibilidad entre las marcas enfrentadas) NO es de apropiación exclusiva por parte de ningún empresario, al ser esta de uso común para los productos que pretende distinguir. Es por esto último, que al realizar una búsqueda en el sistema SIPI de la Superintendencia de Industria y Comercio, se encuentran múltiples marcas registradas actualmente o que estuvieron registradas, que contienen la expresión RITUAL o sus variaciones como “RITUALLE”, entre otros, y que coexisten de manera pacífica con los signos de titularidad de la sociedad opositora, así: (...)

Como se observa, son muchos los signos conformados con la expresión “RITUAL” que hoy en día coexisten o que coexistieron con las marcas fundamento de la oposición. Por lo tanto, es razonable determinar que la expresión “RITUAL” es de uso común para reivindicar los productos de la clase pretendida, por lo que, claramente debe permitirse la coexistencia de la marca solicitada. (...)

Adicionalmente, se debe considerar que los productos reivindicados por la marca RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL no están dirigidos al consumidor promedio, sino a un público especializado en el sector de la belleza y la cosmetología. Este tipo de consumidor posee un nivel de atención y discernimiento superior al promedio, por

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

lo que es poco probable que incurra en confusión frente a dos signos que presentan claras diferencias visuales, fonéticas y conceptuales. Además de ser un público acostumbrado a encontrar en el mercado diversos signos distintivos que contienen la expresión RITUAL, por lo que, comprende claramente que, a pesar de dicha similitud, todas las marcas y, en consecuencia, los productos reivindicados por estas, provienen de un origen empresarial diferente.

En ese sentido, el opositor incurre en una contradicción al afirmar, por un lado, que expresiones como “BOTÁNICO”, “BELLEZA” y “NATURAL” son de uso común y no otorgan distintividad, y por otro, atribuir carácter distintivo exclusivo a la expresión “RITUAL”, la cual —según el mismo criterio y a partir de su propia búsqueda en SIPI— también es ampliamente utilizada en el mercado para productos similares en la clase 3. De hecho, así como existen múltiples signos registrados que contienen las expresiones “BOTÁNICO”, “BELLEZA” o “NATURAL”, también hay numerosos registros que incluyen el término “RITUAL”, lo que demuestra que ninguno de estos términos, por sí solo, es apto para otorgar exclusividad marcaria.

Sin embargo, lo anterior no significa que el signo solicitado carezca de distintividad. Todo lo contrario. En casos como este, la distintividad surge precisamente de la manera particular en que el conjunto está construido: “RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL” no es simplemente una sumatoria de palabras genéricas, sino una composición original, con estructura, secuencia y elementos gráficos propios, que en su conjunto producen una impresión marcaria claramente diferenciable frente a la marca citada como opositora, como “RITUALLE”.

Afirmar que la presencia del término “RITUAL” genera riesgo de confusión por sí sola, sería desconocer el principio de coexistencia marcaria y la realidad del mercado, donde términos de uso común conviven sin generar confusión, siempre que estén debidamente acompañados por otros elementos que modifiquen su impresión global, como ocurre en el presente caso. Si se aceptara el argumento del opositor, entonces ninguna marca compuesta por términos descriptivos o evocativos podría ser registrada, lo cual no solo es contrario al marco jurídico vigente, sino que desconoce la práctica marcaria actual y el criterio reiterado de la autoridad administrativa. (...)”

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 25 de abril de 2025, la sociedad **RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V.** presentó oposición con fundamento en el Literal a) Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

“(...) Supuesto aplicable al presente caso, pues al analizar la actual solicitud de registro, indudablemente el elemento que predomina por ser el que impacta y se fija en la mente de los consumidores corresponde al denominativo RITUAL BOTANICO BELLEZA NATURAL, que, a su vez, resulta semejantemente confundible con respecto a los signos de mi cliente. Hay que tener en cuenta además que las expresiones BOTANICO BELLEZA NATURAL no son apropiables en forma exclusiva, ya que son de uso común y hacen referencia a características y finalidades de los productos de la Clase 3 Internacional. (...)”

Por lo anterior, solo la palabra RITUAL – como palabra que no identifica las características ni finalidad de productos – permanece como elemento relevante para la comparación de las marcas.

c. Las expresiones RITUAL y RITUAL tienen la misma extensión (6 letras) y usan las mismas letras, vocales y consonantes exactamente en el mismo orden.

d. Para ambas marcas, el elemento RITUAL es el primer elemento de la marca, o sea es el elemento con el mayor impacto en la mente del público consumidor.

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

En conclusión, resulta evidente que la marca RITUAL BOTANICO BELLEZA NATURAL (MIXTA) carece de distintividad, al ser visual y ortográficamente casi idéntica a las marcas previamente registradas y solicitadas por RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V. (...)

Teniendo en cuenta que dichos productos tienen la misma finalidad, son del mismo género, son intercambiables, complementarios y sustituibles, se comercializan y publicitan a través de los mismos canales y establecimientos, se hace evidente que se trata de los mismos productos y que por ende entre ellos existe conexión competitiva (...)

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **INVERSIONES THELEMA S.A.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...) PRIMERO: Previo a dar respuesta a la demanda de oposición referida, es importante mencionar al Despacho que el encabezado del artículo 136, el cual se reputa como violado, hace referencia a la imposibilidad de registro de una marca que afecte indebidamente un derecho de tercero. Sin embargo, el caso objeto de estudio, no se adecúa a esta primera premisa, puesto que, el opositor omite un antecedente sumamente relevante sobre los registros previos de nuestro mandante, quien tiene derechos sobre la marca que se pretende registrar, pues, como se explayará más adelante. Es decir, nuestro mandante es titular de la denominación RITUAL, protegida mediante varias marcas, para productos conexos con los que se buscan proteger actualmente en la clase 3.

SEGUNDO: Resulta pertinente manifestar al Despacho que, frente a la solicitud de registro de la marca RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL presentada por mi mandante, no solo fue presentada la oposición de RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V., que es objeto de la presente respuesta, sino que también se presentó oposición por parte de los señores JULIO HERNÁN CÓRDOBA DÍAZ y JUAN ESTEBAN FERNÁNDEZ LÓPEZ, titulares de la marca RITUALLE SKINCARE, identificada con el expediente SD2022/0036351.

Este hecho resulta relevante, pues demuestra que en el mercado marcario colombiano ya existen múltiples signos compuestos que incluyen el término “RITUAL” o expresiones derivadas de este, como lo son RITUALLE SKINCARE, RITUALS, RITUAL, RITUAL SENSE, entre otros, todos ellos a nombre de titulares distintos y coexistiendo pacíficamente en la Clase 3 Internacional. En ese sentido, se refuerza la tesis de la registrabilidad del signo solicitado por mi representado, en tanto su coexistencia con dichas marcas no supone un riesgo real de confusión, máxime cuando —como se argumentará— su composición visual, conceptual y fonética permite diferenciarla claramente del resto.

Solicitamos entonces al Despacho que, además de tener en cuenta los argumentos de fondo que se expondrán a continuación, considere especialmente esta circunstancia, ya que no resultaría jurídicamente coherente permitir la coexistencia de varias marcas con el elemento “RITUAL” en la misma clase, y, al mismo tiempo, denegar el registro de la marca RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL, que presenta diferencias estructurales, gráficas y conceptuales aún más evidentes frente a los signos previamente aceptados.

Antes de referirnos a este punto, es preciso referirnos a dos cuestiones; primero, pese a que la marca solicitada es de tipo mixta, es claro que la comparación debe hacerse desde el aspecto nominativo por ser este el más relevante en ambos casos, sin dejar de lado, claro, la comparación visual y gráfica, la cual también resulta determinante para conceder el registro de la expresión RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL como marca para distinguir productos de la clase 3 de la Clasificación y; segundo, resulta sumamente relevante manifestar que la expresión RITUAL (la cual, según el

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

opositor, da lugar a la confundibilidad entre las marcas enfrentadas) NO es de apropiación exclusiva por parte de ningún empresario, al ser esta de uso común para los productos que pretende distinguir. Es por esto último, que al realizar una búsqueda en el sistema SIPI de la Superintendencia de Industria y Comercio, se encuentran múltiples marcas registradas actualmente o que estuvieron registradas, que contienen la expresión RITUAL o sus variaciones como "RITUALS", "RITUALES", entre otros, y que coexisten de manera pacífica con los signos de titularidad de la sociedad opositora, así: (...)

Como se observa, son muchos los signos conformados con la expresión "RITUAL" que hoy en día coexisten o que coexistieron con las marcas fundamento de la oposición. Por lo tanto, es razonable determinar que la expresión "RITUAL" es de uso común para reivindicar los productos de la clase pretendida, por lo que, claramente debe permitirse la coexistencia de la marca solicitada.

Es incomprensible la postura del opositor, debido a que, si varios signos que incluyen la expresión: "RITUAL" coexisten en la clase pretendida, es claro que la marca de mi cliente también debe poder coexistir, y la misma no se encuentra comprendida en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. De lo contrario, se estaría afectando gravemente principio de seguridad jurídica y el principio constitucional de la igualdad, pues, se evidenciaría un tratamiento inequitativo y arbitrario para la resolución de casos análogos.

En efecto, debe resaltarse que el término "RITUAL" carece de distintividad intrínseca respecto de los productos identificados en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza, al ser una palabra de uso común en esta clase. En consecuencia, su inclusión en ambos signos no puede considerarse determinante para establecer semejanza o riesgo de confusión, ya que es un término de uso común en el mercado y no está reservado a ningún titular en particular.

Ha dicho la SIC en sus pronunciamientos que cualquier variación en el elemento denominativo de las marcas debe considerarse sustancial⁵, así que esa misma inclusión y diferencia ortográfica entre los componentes denominativos RITUALS / RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL de las marcas enfrentadas no es menor, es SUSTANCIAL. Y lo es, no solo porque impacta en la ortografía de las marcas sino en su pronunciación, incluyendo en la marca de mi poderdante expresiones adicionales a RITUAL, como BOTÁNICO BELLEZA NATURAL.

Adicionalmente, se debe considerar que los productos reivindicados por la marca RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL no están dirigidos al consumidor promedio, sino a un público especializado en el sector de la belleza y la cosmetología. Este tipo de consumidor posee un nivel de atención y discernimiento superior al promedio, por lo que es poco probable que incurra en confusión frente a dos signos que presentan claras diferencias visuales, fonéticas y conceptuales. Además de ser un público acostumbrado a encontrar en el mercado diversos signos distintivos que contienen la expresión RITUAL, por lo que, comprende claramente que a pesar de dicha similitud, todas las marcas y, en consecuencia, los productos reivindicados por estas, provienen de un origen empresarial diferente. (...)

Sin embargo, lo anterior no significa que el signo solicitado carezca de distintividad. Todo lo contrario. En casos como este, la distintividad surge precisamente de la manera particular en que el conjunto está construido: "RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL" no es simplemente una sumatoria de palabras genéricas, sino una composición original, con estructura, secuencia y elementos gráficos propios, que en su conjunto producen una impresión marcaria claramente diferenciable frente a las marcas citadas como opositoras, como "RITUALS", "RITUAL", "RITUAL SENSE" y similares. (...)"

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

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

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)”.

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

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (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

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

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 con oposición para identificar productos de la Clase 3 Internacional.

Confundibilidad con marcas previamente registradas.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	RITUAL	RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V.	SD2021/0070265	11	3	Marca	Registrada	14/12/2032
Mixta	RITUALS		SD2020/0039802	11	3	Marca	Registrada	29/10/2031
Nominativa	RITUALS		SD2020/0104814	11	3	Marca	Registrada	17/11/2031
Nominativa	RITUAL SENSE		SD2021/0070218	11	3	Marca	Registrada	14/01/2032
Mixta	RITUALLE SKINCARE	JUAN ESTEBAN FERNANDEZ LOPEZ, JULIO HERNAN CORDOBA DIAZ	SD2022/0036351	11	35	Marca	Registrada	04/04/2033

Los signos a comparar son los siguientes:



Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**RITUAL BOTÁNICO**” en una tipografía decorativa curveada, acompañado de la expresión en tamaño menor “**BELLEZA NATURAL**”, y de una silueta del rostro y cabello de una mujer junto a algunas hojas.

Signos opositores

proviene del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0036662



Por su parte, el signo opositor de titularidad de los señores **JULIO HERNAN CORDOBA DÍAZ** y **JUAN ESTEBAN FERNANDEZ LOPEZ** es de carácter mixto, compuesto por la expresión “**RITUALLE**” en una tipografía decorativa delgada junto a la expresión “**SKINCARE**”, acompañados de una figura de una gota compuesta por varios trazos finos.

Mientras que los signos opositores de titularidad de la sociedad **RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V.** son de naturaleza nominativa y mixta, compuestos por las expresiones “**RITUAL, RITUALS, RITUAL SENSE**”, representada dentro de un recuadro con las 3 filas y 3 columnas dividiendo sus letras, con un fondo de estilo mandala en el caso de la marca mixta.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁴.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado 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”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: “La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

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, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto". (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) "C.A.S.A", publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en las marcas previamente registradas predomina el elemento nominativo, 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 si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos."**⁵*

Análisis comparativo frente al signo opositor "RITUALLE SKINCARE" (Mixto):

En este punto es de resaltar que la comparación de los signos debe atender a una visión de conjunto, lo que evita el fraccionamiento de los signos y lleva a la extracción de la dimensión característica de los mismos. De igual forma, la comparación debe ser sucesiva, ya que el consumidor al acudir al mercado percibe las marcas de forma individualizada.

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al contener una expresión similar "**RITUAL / RITUALLE**" en la conformación de su elemento nominativo, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales del orden gráfico y nominal (**RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL / RITUALLE SKINCARE**) que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente

⁵ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Resolución N° 103910

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

En este caso, la coincidencia en las partículas mencionadas no puede ser precepto de negación de los signos, comoquiera que los elementos adicionales que los conforman permiten su fácil diferenciación, máxime si se tiene presente que la expresión “**RITUAL**” de donde se edifican las similitudes en palabras de los opositores, resulta débil en tanto hace parte de distintas marcas registradas por terceros para identificar productos de la Clase 3 Internacional al punto de considerarse un elemento de uso común en el mercado.

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixto	HELENA RUBINSTEIN RITUAL ROUGE	L'OREAL	00025563	7	3	Marca	Registrada
Mixto	RITUAL VerdHerbal	ERIKA MARCELA ALVAREZ GALVIS	SD2020/0043252	11	3	Marca	Registrada
Nominativo	Ritual Frutal	ALICORP S.A.A.	SD2020/0068398	11	3	Marca	Registrada
Nominativo	RITUAL SENSE	RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V.	SD2021/0070218	11	3	Marca	Registrada
Mixto	RITUAL NAILS COLORS	BMC BEAUTY MARKET COLOMBIA S.A.S.	SD2022/0026953	11	3	Marca	Registrada
Mixto	senles WELLNESS RITUAL	JULIANA SUAREZ ALVAREZ	SD2023/0067555	12	3, 30	Marca	Registrada

En este sentido, las marcas objeto de confrontación al incluir elementos diferentes junto a la expresión de uso común, en concreto la terminación “**RITUALLE**” en el signo opositor, hace diferenciables los signos para el consumidor medio, pues esta variación junto a las otras expresiones que componen los signos “**BOTÁNICO BELLEZA NATURAL / SKINCARE**”, a pesar de ser genéricas, en una visión de conjunto logran ofrecer una primera impresión diversa.

En este sentido, nos encontramos frente a marcas que incluyen similitud solamente en una partícula que resulta de uso común, y que por lo mismo se presenta en ambos signos con variaciones que logran diferenciar los elementos distintivos, en concreto las terminaciones de la palabra “RITUAL”, por lo que las diferencias fonéticas y ortográficas contenidas también a través de los demás elementos sopesan la coexistencia pacífica de las marcas en el mercado.

Lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto.

En consecuencia, el uso del signo pretendido no es susceptible de acarrear riesgo de confusión y/o asociación en el mercado.

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 y/o servicios 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.



Ref. Expediente N° SD2025/0036662

Análisis comparativo frente a los signos opositores de titularidad de la sociedad RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V:

En este punto es de resaltar que la comparación de los signos debe atender a una visión de conjunto, lo que evita el fraccionamiento de los signos y lleva a la extracción de la dimensión característica de los mismos. De igual forma, la comparación debe ser sucesiva, ya que el consumidor al acudir al mercado percibe las marcas de forma individualizada.

Ahora bien, se debe precisar que, si bien los signos forman una conjunción de elementos que no es susceptible de ser dividida en sus partes y que debe ser analizada en su conjunto, ello no obsta para que, dentro del conjunto marcario, se analicen aquellos componentes que ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor, pues dicho análisis es necesario para determinar si los signos son susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación.

En un primer momento, esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas las que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado es la misma denominación de los signos opositores, esto es, la expresión “**RITUAL**”, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado, o la letra “**S**” adicional en algunos signos opositores, suficiente diferencia para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

Teniendo en cuenta el elemento que cumple la función diferenciadora y enfatizando en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación, se observa que signo solicitado en registro reproduce el elemento más distintivo de las marcas registradas, como consecuencia del uso de la expresión “**RITUAL**”. Lo anterior, tiene como resultado que los signos presenten fuertes similitudes de índole ortográfico y fonético.

En este caso en concreto, a pesar de utilizarse una visión en conjunto, la inclusión de la expresión “**BOTÁNICO**” y de la frase “**BELLEZA NATURAL**”, así como del diseño del signo solicitado no son factores que permitan su distinción. En efecto, estas resultan expresiones de uso común y genéricas en tanto que se refiere a una característica del origen o tipo de productos que se pretende identificar, haciendo referencia al origen vegetal de los ingredientes con los que se preparan ciertos productos del sector cosmético. Así las cosas, estas tienen una carga conceptual relacionada de forma directa con la industria cosmética, por lo tanto, suelen ser empleadas de forma explicativa para informar al consumidor sobre características de sus productos.

Por su parte, los componentes de diseño son meramente ornamentales. En ese orden, todos los elementos mencionados son accesorios de la expresión dominante “**RITUAL**”, que es la que pueda generar confusión. De esta manera, su presencia, modificación o ausencia puede ser vista por el consumidor como simples alteraciones o actualizaciones de aquella marca que ya conozca en el mercado.

Ahora bien, si bien es cierto que, como se dijo en el acápite de comparación anterior, el término “**RITUAL**” o expresiones vinculadas a su ámbito ideológico, pueden cohabitar el mercado en múltiples clases bajo la titularidad de diversos empresarios, (incluida la Clase 3 del Nomenclador Internacional) al tratarse de un elemento de uso común, esto no es

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

razón suficiente para concluir que debe proceder el registro solicitado. Ello máxime cuando aquellos signos que conviven en la acotada clase cuentan con elementos adicionales que les otorgan distintividad entre los consumidores medios y otros empresarios, situación que no sucede en el signo bajo análisis.

Partiendo de la premisa de que el consumidor por regla general guarda un recuerdo imperfecto de los signos distintivos que percibe en el mercado, el cual solo se basa en impresiones generales, la tendencia es que se deje llevar por las similitudes antes que por las diferencias. De esta forma, una vez el consumidor haya tenido la oportunidad de apreciar a los signos de forma sucesiva, podría llegar a la idea errónea de que están vinculados de alguna forma o que se tratan de un mismo signo.

Finalmente y con relación al argumento del solicitante respecto de los derechos adquiridos sobre la expresión “**RITUAL**” con registros en las clases 14° y 18° Internacionales, esta Dirección le recuerda que el hecho de que tenga registradas sus marcas, en clases diferentes a la analizada, no es presupuesto para acceder al registro en otra clase del nomenclador internacional, toda vez que el signo a registrar debe cumplir con los presupuestos de registrabilidad exigidos por la norma comunitaria.

En conclusión, Las similitudes previamente mencionadas llevan a que en una visión de conjunto los consumidores se dejen llevar por impresiones generales entre los signos, que en este caso determinan la confundibilidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de todos 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:

(3): Preparaciones para el cuidado del cuero cabelludo y del cabello, productos de cuidado personal, a saber, preparaciones limpiadoras para la piel, la cara y el cuerpo; preparaciones cosméticas de cuidado facial; pastillas de jabón; jabones líquidos para las manos; geles y cremas de ducha; jabones corporales; preparaciones exfoliantes; tónicos para la piel; cosméticos; preparaciones para retirar cosméticos; mascarillas cosméticas para el cutis; desodorantes, productos antitranspirantes y aerosoles para las axilas para uso personal; hidratantes, sueros, lociones y cremas corporales, para la piel y para la cara; productos de afeitar; preparaciones cosméticas para proteger la piel de los efectos del sol; productos con filtro solar; toallitas impregnadas con preparaciones de limpieza.

Por su parte, las marcas opositoras identifican:

Expedientes

Productos:

SD2021/0070265 **(3): Desodorantes.**

SD2020/0039802 **(3): Jabón; sales de baño, que no sean para uso médico; champús; acondicionadores para el pelo; leches limpiadoras de tocador; leches limpiadoras faciales; preparaciones para lavandería; quitamanchas; preparaciones para limpiar; cremas para el cuero; líquidos antideslizantes para suelos; preparaciones para pulir; preparaciones para afilar; abrasivos; preparaciones para afeitar; geles para afeitar; aceites para perfumes y esencias o fragancias; productos**

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

antitranspirantes [artículos de tocador]; productos de perfumería; productos cosméticos; bastoncillos de algodón para uso cosmético; perfumes; desodorantes para seres humanos o para animales; artículos de tocador; preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; cremas para las manos; talco de tocador; dentífricos; productos en aerosol para refrescar el aliento; cosméticos para animales; productos para perfumar el ambiente.

SD2020/0104814 (3): “Jabón; sales de baño, que no sean para uso médico; champús; acondicionadores para el pelo; leches limpiadoras de tocador; leches; limpiadoras faciales; preparaciones para lavandería; quitamanchas; preparaciones para limpiar; cremas para el cuero; líquidos; antideslizantes para suelos; preparaciones para pulir; preparaciones; para afilar; abrasivos; preparaciones para afeitar; geles para afeitar; aceites para perfumes y esencias o fragancias; productos; antitranspirantes [artículos de tocador]; productos de perfumería; productos cosméticos; bastoncillos de algodón para uso cosmético.; perfumes; desodorantes para seres humanos o para animales; artículos de tocador; preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; cremas; para las manos; talco de tocador; dentífricos; productos en aerosol para; refrescar el aliento; cosméticos para animales; productos para perfumar; el ambiente; bastoncillos aromáticos.”

SD2021/0070218 (3): Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos.

Análisis de conexidad competitiva de clase 3° solicitada con oposición, frente a las clases 3° opositoras:

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 no se da ninguno de los presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación.

Identidad: De acuerdo a los factores de conexidad competitiva es posible concluir que existe una relación de conexidad entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado y los signos opositores, no solo en razón a que se encuentran en la misma sección de la clasificación internacional (Clase 3°), sino también en virtud a la identidad de coberturas en lo que respecta a “cosméticos; desodorantes”.

Sobre el resto de productos de la cobertura anunciada por el solicitante en dicha clase, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en **relación género – especie**; pues dentro del grupo pretendido considerado como “productos de cuidado personal, a saber, preparaciones limpiadoras para la piel, la cara y el cuerpo”, se encuentran los productos que identifican los signos opositores: “Jabón; champús; acondicionadores para el pelo; leches limpiadoras de tocador; leches limpiadoras faciales; productos cosméticos; bastoncillos de algodón para uso cosmético; desodorantes para seres humanos o para animales; artículos de tocador; preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; productos; antitranspirantes [artículos de tocador]; cremas; para las manos; talco de tocador”.

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

Adicionalmente, existe una relación de **razonabilidad** entre la totalidad de ambas coberturas, toda vez que se encuentran dentro del mismo género de productos para el cuidado personal y cosméticos, siendo razonable que quien comercialice jabones, cremas, champús, desodorantes y preparaciones cosméticas también incurra en otras ramas del mismo negocio para ofrecer “Preparaciones para el cuidado del cuero cabelludo y del cabello, productos de cuidado personal, a saber, preparaciones limpiadoras para la piel, la cara y el cuerpo; preparaciones cosméticas de cuidado facial; pastillas de jabón; jabones líquidos para las manos; geles y cremas de ducha; jabones corporales; preparaciones exfoliantes; tónicos para la piel; cosméticos; preparaciones para retirar cosméticos; mascarillas cosméticas para el cutis; desodorantes, productos antitranspirantes y aerosoles para las axilas para uso personal; hidratantes, sueros, lociones y cremas corporales, para la piel y para la cara; productos de afeitar; preparaciones cosméticas para proteger la piel de los efectos del sol; productos con filtro solar; toallitas impregnadas con preparaciones de limpieza”.

Conclusión

En consecuencia, solo respecto de los signos de titularidad de la sociedad **RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V.**, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por los señores **JULIO HERNAN CORDOBA DÍAZ** y **JUAN ESTEBAN FERNANDEZ LOPEZ** frente a la clase 3ª solicitada.

ARTÍCULO 2: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V.** frente a la clase 3ª solicitada.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **RITUAL BOTÁNICO BELLEZA NATURAL** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por la sociedad **INVERSIONES THELEMA S.A.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad solicitante del registro **INVERSIONES THELEMA S.A.**, y a los opositores **RITUALS INTERNATIONAL TRADEMARKS B.V.**; y los señores **JULIO HERNAN CORDOBA DÍAZ** y **JUAN ESTEBAN FERNANDEZ LOPEZ**, 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 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

⁶ 3: Preparaciones para el cuidado del cuero cabelludo y del cabello, productos de cuidado personal, a saber, preparaciones limpiadoras para la piel, la cara y el cuerpo; preparaciones cosméticas de cuidado facial; pastillas de jabón; jabones líquidos para las manos; geles y cremas de ducha; jabones corporales; preparaciones exfoliantes; tónicos para la piel; cosméticos; preparaciones para retirar cosméticos; mascarillas cosméticas para el cutis; desodorantes, productos antitranspirantes y aerosoles para las axilas para uso personal; hidratantes, sueros, lociones y cremas corporales, para la piel y para la cara; productos de afeitar; preparaciones cosméticas para proteger la piel de los efectos del sol; productos con filtro solar; toallitas impregnadas con preparaciones de limpieza.



Resolución N° **103910**

Ref. Expediente N° SD2025/0036662

Dado en Bogotá D.C., el 10 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS