

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3770

Ref. Expediente N° SD2025/0026081

Por la cual se niega un registro

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

**CONSIDERANDO**

Que por escrito presentado el día 25 de marzo de 2025, FCK FIT S.A.S., solicitó el registro de la Marca BE ECO FRIENDLY PRODUCTS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1069, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

*“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”*

**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

<sup>1</sup> **35:** Servicios de comercialización, publicidad, compra y venta al detal y al por mayor de productos para el hogar, productos para el hogar biodegradables, tales como: recipientes en fibra de bambú y fibra de trigo, productos para el cuidado personal, cepillo de dientes estuche para disco menstrual, vaso plegable para copa menstrual, copa menstrual talla en silicona hipoalergénica, copos de bambú y algodón cepillo peine mediano – bambú, cubiertos y pitillos, termos, mugs, termos, loncheras, cocas, portacomidas, difusores de aroma, cepillos de dientes, empaques biodegradables entre otros, incluyendo la promoción, comercialización y venta de dichos productos a través de diversos canales comerciales, físicos o por cualquier medio tecnológico.

Ref. Expediente N° SD2025/0026081

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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**

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

| Tipo  | Signo                                   | Titular                          | Expediente     | Niza | Clase | Trámite | Estado     | Vigencia             |
|-------|-----------------------------------------|----------------------------------|----------------|------|-------|---------|------------|----------------------|
| Mixta | BE ECO LIMPIEZA SOSTENIBLE Y CONSCIENTE | PRODUCTOS NATURALES DR ROJAS SAS | SD2020/0101177 | 11   | 3     | Marca   | Registrada | 30 de agosto de 2031 |

Los signos a comparar son los siguientes:

<sup>2</sup> •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. (...)"

<sup>3</sup> 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° SD2025/0026081

| El signo solicitado                                                               | La marca registrada                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

*“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.*

Análisis comparativo:

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado BE ECO FRIENDLY PRODUCTS es similarmente confundible con la marca registrada BE ECO LIMPIEZA SOSTENIBLE Y CONSCIENTE, en su apreciación en conjunto se evidencia que el elemento nominativo de cada signo es preponderante, resaltando que son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas.

En efecto, el signo solicitado reproduce parte del elemento nominativo sobresaliente “BE ECO” del antecedente marcario, manteniendo una coincidencia relevante en la expresión principal que el consumidor retiene en su memoria. Dicha reproducción parcial, aunada a la estructura denominativa similar de los signos confrontados, es susceptible de generar en el consumidor medio un riesgo de confusión o de asociación, al inducirlo a considerar que los productos o servicios identificados provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas económicamente.

Por otro lado, la expresión adicional “FRIENDLY PRODUCTS” cumple una función accesoria y explicativa, en tanto alude a las características o al enfoque ambiental de los productos, sin aportar un elemento que permita al consumidor diferenciar claramente el signo solicitado del antecedente marcario. En consecuencia, dicha adición no desvirtúa la impresión de conjunto dominada por la coincidencia en la expresión “BE ECO”, pudiendo inducir al consumidor medio a atribuir los signos a un mismo origen empresarial o a considerarlos como variantes de una misma línea comercial

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.



Ref. Expediente N° SD2025/0026081

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**35:** Servicios de comercialización, publicidad, compra y venta al detal y al por mayor de productos para el hogar, productos para el hogar biodegradables, tales como: recipientes en fibra de bambú y fibra de trigo, productos para el cuidado personal, cepillo de dientes estuche para disco menstrual, vaso plegable para copa menstrual, copa menstrual talla en silicona hipoalergénica, copos de bambú y algodón cepillo peine mediano – bambú, cubiertos y pitillos, termos, mugs, termos, loncheras, cocas, portacomidas, difusores de aroma, cepillos de dientes, empaques biodegradables entre otros, incluyendo la promoción, comercialización y venta de dichos productos a través de diversos canales comerciales, físicos o por cualquier medio tecnológico.

El signo previamente registrado identifica:

| Expediente            | Productos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SD2020/0101177</b> | <b>Clase 3:</b> Aceites de limpieza; aceites de pino para la limpieza de suelos; agentes de limpieza para uso doméstico; agentes y preparaciones de limpieza; agua micelar de limpieza; almidón para uso de limpieza; almohadillas de limpieza impregnadas con productos cosméticos; almohadillas de limpieza impregnadas de cosméticos; almohadillas de limpieza prehumedecidas; almohadillas de limpieza preimpregnadas; almohadillas, toallitas o pañitos de limpieza prehumedecidos o impregnados; amoníaco de limpieza; cremas de limpieza; cremas de limpieza [para uso cosmético]; detergentes para la limpieza de la ropa para uso doméstico; detergentes para la limpieza que no sean para procesos de fabricación; esponjas impregnadas con preparaciones para la limpieza; espuma de limpieza; espumas de limpieza; geles de limpieza para los dientes; |

<sup>4</sup> A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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

**b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios.** Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentrífico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

**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° SD2025/0026081

geles para la limpieza de los dientes; granulados de limpieza facial; leches de limpieza facial; lejía para uso en la limpieza; lociones de limpieza dental; líquidos de limpieza; líquidos de limpieza en seco; líquidos de limpieza para objetivos de cámaras; mascarillas faciales de limpieza profunda; pañitos de limpieza impregnados con preparaciones de tocador; pañitos de limpieza impregnados con productos cosméticos; pañitos de limpieza prehumedecidos; pañitos de limpieza preimpregnados; paños de limpieza húmedos; paños de limpieza impregnados con detergente; paños impregnados con preparaciones de limpieza; paños impregnados de detergentes para la limpieza de objetivos de cámaras; paños impregnados de preparaciones de limpieza; paños impregnados de productos de limpieza para la piel; preparaciones de limpieza; preparaciones de limpieza dental; preparaciones de limpieza no medicadas; preparaciones de limpieza no medicadas para el cuerpo; preparaciones de limpieza no saponáceas; preparaciones de limpieza para azulejos; preparaciones de limpieza para cristales; preparaciones de limpieza para el baño; preparaciones de limpieza para el cuerpo; preparaciones de limpieza para el hogar; preparaciones de limpieza para gomas y ruedas de automóviles; preparaciones de limpieza para gomas y ruedas de vehículos; preparaciones de limpieza para las manos; preparaciones de limpieza para neumáticos de vehículos, llantas y cubos de ruedas; preparaciones de limpieza para neumáticos y ruedas de automóviles; preparaciones de limpieza para neumáticos y ruedas de vehículos; preparaciones de limpieza para uso doméstico; preparaciones de limpieza para uso en los inodoros; preparaciones de limpieza para vidrios; preparaciones de limpieza polivalentes; preparaciones exfoliantes y de limpieza para la piel; preparaciones para el cuidado y la limpieza del cabello; preparaciones para el cuidado y limpieza de los animales; preparaciones para la limpieza de dentaduras postizas; preparaciones para la limpieza de los platos; preparaciones para la limpieza de superficies duras; preparaciones para la limpieza del baño; preparaciones para la limpieza del cabello; preparaciones químicas de limpieza para uso doméstico; productos de limpieza; productos de limpieza alcalinos en forma líquida para desagües; productos de limpieza alcalinos en forma sólida para desagües; productos de limpieza alcalinos para desagües; productos de limpieza cáusticos para desagües; productos de limpieza en aerosoles para productos textiles; productos de limpieza en aerosoles para refrescar protectores bucales para deportes; productos de limpieza en aerosoles para uso doméstico; productos de limpieza en aerosoles para ventanas; productos de limpieza en seco; productos de limpieza en spray; productos de limpieza en sprays para uso doméstico; productos de limpieza en sprays para ventanas; productos de limpieza enzimáticos para desagües; productos de limpieza oxidantes para desagües; productos de limpieza para cristales; productos de limpieza para el hogar; productos de limpieza para uso doméstico; productos de limpieza para uso en azulejos; productos de limpieza para vidrios; productos de limpieza químicos en forma de gel para desagües; productos de limpieza químicos en forma de polvo para desagües; productos de limpieza químicos en forma líquida para desagües; productos de limpieza químicos para desagües; productos de limpieza ácidos para desagües; sustancias blanqueadoras para uso en la limpieza doméstica; sustancias de limpieza para uso doméstico;

Ref. Expediente N° SD2025/0026081

toallitas de limpieza prehumedecidas; toallitas de limpieza preimpregnadas; toallitas desechables impregnadas con preparados de limpieza para bebés; toallitas húmedas con preparaciones de limpieza para uso doméstico; toallitas impregnadas con preparaciones de limpieza para animales de compañía; toallitas impregnadas con preparaciones de limpieza para mascotas; toallitas impregnadas con preparados de limpieza personal; toallitas para bebés impregnadas de preparaciones de limpieza.

**Conexidad competitiva entre servicios de la clase 35 y productos de la clase 3 de la clasificación internacional Niza.**

Esta Dirección observa la existencia de conexidad competitiva entre los servicios distinguidos por el signo solicitado en la clase 35 y los productos amparados por el signo previamente registrado en la clase 3, conforme al **criterio de razonabilidad**, atendiendo a la realidad del mercado y a las prácticas habituales del sector, toda vez que, desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable considerar que los servicios de **comercialización, publicidad, compra y venta de productos para el hogar y de cuidado personal**, incluidos aquellos con enfoque ambiental o biodegradable, se encuentran estrechamente vinculados con los **productos de limpieza, aseo doméstico e higiene personal que constituyen su objeto natural**, máxime cuando en la práctica del mercado es habitual que un mismo empresario o grupo empresarial fabrique, distribuya y comercialice dichos productos bajo una misma estrategia comercial, a través de establecimientos físicos o plataformas digitales, lo que refuerza la percepción de que pueden provenir de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

**Conclusión:**

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

**RESUELVE**

**ARTÍCULO 1.** Negar el registro de la Marca BE ECO FRIENDLY PRODUCTS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por FCK FIT S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

<sup>5</sup> **35:** Servicios de comercialización, publicidad, compra y venta al detal y al por mayor de productos para el hogar, productos para el hogar biodegradables, tales como: recipientes en fibra de bambú y fibra de trigo, productos para el cuidado personal, cepillo de dientes estuche para disco menstrual, vaso plegable para copa menstrual, copa menstrual talla en silicona hipoalergénica, copos de bambú y algodón cepillo peine mediano – bambú, cubiertos y pitillos, termos, mugs, termos, loncheras, cocas, portacomidas, difusores de aroma, cepillos de dientes, empaques biodegradables entre otros, incluyendo la promoción, comercialización y venta de dichos productos a través de diversos canales comerciales, físicos o por cualquier medio tecnológico.

Resolución N° 3770

Ref. Expediente N° SD2025/0026081

**ARTÍCULO 2.** Notificar de esta resolución a FCK FIT S.A.S., solicitante del registro marcario, entregándole copia de esta, advirtiéndole 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 3.** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 20 de enero de 2026



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**