

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3793

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

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 3 de abril de 2025, **WILLIAM CAMILO RODRIGUEZ RUALES**, solicitó el registro de la Marca **JABÓN SUPERIOR** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en las clases 3 y 21 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 el 8 de mayo de 2025, **ALGODÓN Superior, sociedad anónima**, presentó oposición contra la clase 3 solicitada, con fundamento en el artículo 136, literal a), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

La Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina establece en su artículo 134 los criterios de registrabilidad de todo signo que se pretenda registrar como marca, y en los artículos siguientes las causales por las cuales una solicitud deberá ser rechazada por el examinador.

En particular, el literal a) del artículo 136 de la Decisión manifiestan lo siguiente:

“Artículo 136.- 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;”

Observamos como la norma establece dos elementos constitutivos de irregistrabilidad respecto de esta causal de irregistrabilidad, a saber:

- i) Identidad o similitud estructural de los signos;*
- ii) Conexión competitiva: la paridad de la cobertura de los signos o una relación tal entre los productos y servicios que pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.*

Es necesario advertir que la solicitud de la marca JABÓN SUPERIOR se encuentra incurso en esta causal de irregistrabilidad, toda vez que se encuentran satisfechos los dos elementos anteriormente señalados, como se demostrará a continuación:

¹ 3: Detergentes jabonosos para uso doméstico; jabón líquido; jabones*; jabones de baño; jabones de baño en forma líquida, sólida o de gel; jabones de ducha; jabones de manos; jabones detergentes; jabones en crema; jabones en forma líquida; jabones líquidos; jabones líquidos de baño; jabones líquidos para el cabello y el cuerpo; jabones líquidos para la limpieza del cabello; jabones líquidos para las manos, el rostro y el cuerpo; jabones líquidos para las manos y el rostro; jabones para el cuerpo; jabones para la ducha; jabones para la piel; jabones para las manos; jabones para lavar la ropa; jabones para uso doméstico; jabones para uso personal; jabones perfumados; jabones y detergentes; suavizantes de telas; suavizantes de textiles; suavizantes para la ropa.

21: Cepillos de inodoros y escobas para baños; cepillos y escobas para baños; escobas; escobas blandas; escobas de exterior; escobas, esponjas y cepillos para inodoro y cuartos de baño; escobas, esponjas, y escobillas para inodoro y cuartos de baño; palos de madera para escobas; esponjas abrasivas; esponjas abrasivas para exfoliar la piel; esponjas abrasivas para la cocina; esponjas abrasivas para la limpieza; esponjas abrasivas para lavar los platos; esponjas artificiales para uso doméstico; esponjas corporales; esponjas de aseo personal; esponjas de baño; esponjas de cocina; esponjas de limpieza abrasivas para la cocina; esponjas metálicas para fregar; esponjas para uso doméstico; esponjas y escobillas para inodoro y cuartos de baño; estropajos [esponjas]; trapeadores*.

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

4.1. ALTO GRADO DE SIMILITUD ENTRE LOS SIGNOS

Antes de proceder con el examen minucioso de las similitudes estructurales de los signos, de manera respetuosa recordamos al examinador los criterios forjados por la Doctrina y la Jurisprudencia en la materia, con el objetivo que se aplique un criterio uniforme y concordante con las determinaciones tomadas en casos anteriores.

En efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha acogido en su jurisprudencia las siguientes reglas originadas en la doctrina para realizar el cotejo entre marcas:

Regla 1.- La confusión resulta de la impresión de conjunto despertada por las marcas.

Regla 2.- Las marcas deben examinarse sucesivamente y no simultáneamente.

Regla 3.- Deben tenerse en cuenta las semejanzas y no las diferencias que existen entre las marcas.

Regla 4.- Quien aprecie el parecido debe colocarse en el lugar del comprador presunto y tener en cuenta la naturaleza de los productos.

(...)

“En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores.

En consecuencia, si en la marca comparada predomina el elemento verbal, 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 misma predomina el elemento gráfico frente al denominativo, en principio, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial.”

En aplicación de lo anterior, observamos que en el signo registrado, lo que predomina es el elemento denominativo sobre el gráfico. En consecuencia, debe entenderse que la fuerza distintiva del signo previo radicará en el elemento verbal “SUPERIOR”, elemento en consideración del cual realizaremos nuestro análisis de confundibilidad.

4.1.2. El elemento JABÓN debe excluirse del análisis comparativo

En segundo lugar, observamos que la marca solicitada, además de no incluir elementos gráficos que le permitan diferenciarse de la marca previa SUPERIOR, se diferencia únicamente del derecho previo por la inclusión de la palabra genérica y descriptiva JABÓN, la cual no le agrega distintividad.

(...)

En aplicación de la jurisprudencia, cuando las marcas en comparación contienen palabras genéricas como en el presente caso el término “JABÓN” para identificar los jabones y detergentes de la clase 3, al realizar el examen comparativo ésta no debe considerarse a efectos de determinar si existe o no confusión.

Queda evidenciado que el cotejo marcario debe realizarse en consideración del único elemento distintivo que componen la marca solicitada, a saber, el elemento denominativo SUPERIOR.

4.1.3. Identidad de los elementos distintivos de las marcas en comparación

Al haber determinado que el elemento “JABÓN” carece de distintividad y debe ser excluido del análisis comparativo, el cotejo entre los signos se reduce exclusivamente

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

al elemento denominativo “SUPERIOR”, que es el único componente con capacidad distintiva en ambos signos.

En este sentido, tanto la marca previa como la marca solicitada comparten de manera idéntica el término “SUPERIOR”, sin que existan otros elementos que permitan diferenciarlas en el mercado.

(...)

4.2. CONEXIDAD COMPETITIVA

Para determinar la existencia del riesgo de confusión será necesario verificar si existe identidad o semejanza entre los signos en disputa, tanto entre sí como en relación con los productos o servicios distinguidos por ellos.

(...)

La marca JABÓN SUPERIOR solicitada no es susceptible de ser registrada toda vez que ALGODÓN SUPERIOR tiene derechos previos sobre la expresión SUPERIOR, pero especialmente por tratarse de productos directamente relacionados.

(...)

En conclusión, tanto los criterios sustanciales como los secundarios demuestran que existe un alto grado de conexidad competitiva entre los productos identificados por las marcas en comparación en la clase 3.

(...)

Así las cosas, es claro que la marca solicitada JABÓN SUPERIOR se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad establecida por el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, razón por la cual solicitamos respetuosamente a esta Delegación acceder a las peticiones anteriormente formuladas.

4.2.1. Análisis de conexidad entre los productos de la clase 3 y los productos de la clase 10

Procedemos a continuación con el análisis de conexidad competitiva de los productos de la clase 3 solicitados, con los productos protegidos por la marca ya registrada en la clase 10, aplicando los criterios ya mencionados del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones.

i. Criterios sustanciales

- *El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos*

Al comparar los productos de la clase 10 de la marca previa SUPERIOR (ventas de sujeción, vendas ortopédicas para las articulaciones, guantes de látex, vinilo y nitrilo para uso médico, cubrebocas para uso médico, batas médicas, estuches de cirugía, cubre zapatos, gorros para uso médico) con los productos de la clase 3 de la marca solicitada JABÓN SUPERIOR (diversos tipos de jabones y detergentes para uso doméstico y personal), se observa que, aunque pertenecen a clases diferentes y cumplen funciones específicas, ambos grupos de productos están relacionados con la higiene, la protección y el cuidado de la salud. Si bien no existe una sustitución directa entre, por ejemplo, un jabón y una venda médica, en la práctica, ambos pueden ser utilizados en contextos similares, como la preparación y atención de procedimientos médicos o de cuidado personal, donde la limpieza y la protección son fundamentales. En entornos médicos y domésticos, el uso de guantes, cubrebocas y batas suele ir acompañado de la utilización de jabones y detergentes para garantizar la asepsia y la

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

higiene. Por lo tanto, aunque la intercambiabilidad no es absoluta, existe una relación funcional que puede llevar al consumidor a considerar que estos productos pueden ser sustitutos en el contexto de la prevención y el cuidado de la salud.

- La complementariedad entre sí de los productos

Existe una clara complementariedad entre los productos de la clase 10 de la marca previa y los productos de la clase 3 de la marca solicitada. En el ámbito médico y de la salud, el uso de guantes, cubrebocas, batas y vendas está intrínsecamente ligado a la necesidad de mantener altos estándares de higiene, lo cual se logra mediante el uso de jabones y detergentes. Por ejemplo, antes de colocarse guantes o realizar procedimientos médicos, es indispensable el lavado de manos con jabón; de igual manera, la limpieza de superficies y materiales médicos requiere el uso de detergentes especializados. Esta relación de uso conjunto refuerza la percepción de que ambos tipos de productos son complementarios y forman parte de una misma cadena de cuidado y protección, tanto en el entorno profesional como en el doméstico.

- La posibilidad de considerar que los productos provienen del mismo empresario (razonabilidad)

Desde la perspectiva del consumidor, resulta razonable suponer que productos destinados a la higiene, protección y cuidado de la salud, como los identificados en las clases 10 y 3, pueden provenir del mismo origen empresarial. Es común en el mercado encontrar empresas que ofrecen líneas integrales de productos para el sector salud, abarcando desde insumos médicos (guantes, cubrebocas, batas, vendas) hasta productos de limpieza y desinfección (jabones, detergentes). La coincidencia en el elemento distintivo SUPERIOR en ambas marcas refuerza la percepción de un origen empresarial común, lo que puede inducir a error o confusión respecto a la procedencia de los productos. Por tanto, existe una razonabilidad objetiva para considerar que ambos grupos de productos podrían provenir del mismo empresario, especialmente en el contexto de la oferta de soluciones integrales para la higiene y la salud.

El análisis de los criterios sustanciales evidencia que existe una conexidad competitiva relevante entre los productos de la clase 10 de la marca previa "SUPERIOR" y los productos de la clase 3 de la marca solicitada "JABÓN SUPERIOR". Aunque no son productos idénticos ni completamente intercambiables, cumplen funciones complementarias y, desde la perspectiva del consumidor, es razonable suponer que pueden provenir del mismo origen empresarial. Esta relación funcional y de mercado genera un riesgo de confusión y asociación, lo que refuerza la existencia de conexidad competitiva entre los productos.

ii. Análisis de los criterios secundarios

Los criterios secundarios también refuerzan la existencia de conexidad competitiva. Si bien los productos pertenecen a clases diferentes según la Clasificación Internacional de Niza, en la práctica suelen compartir canales de comercialización, especialmente en establecimientos especializados en productos de salud, farmacias, hospitales y tiendas de suministros médicos. Además, la finalidad de ambos grupos de productos es la protección, la higiene y el cuidado de la salud, lo que los ubica dentro del mismo género y naturaleza. Los medios de publicidad y las estrategias de mercadeo también suelen coincidir, ya que ambos tipos de productos se promocionan como esenciales para la prevención y el bienestar. La tecnología empleada en su fabricación y los canales de aprovisionamiento pueden ser similares, especialmente en empresas que ofrecen soluciones integrales para el sector salud.

Tanto los criterios sustanciales como los secundarios demuestran que existe un alto grado de conexidad competitiva entre los productos de la clase 10 de la marca previa y los productos de la clase 3 de la marca solicitada. Esta conexidad, sumada a la similitud entre los signos, genera un claro riesgo de confusión y asociación en el

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

público consumidor, lo que impide que la marca solicitada JABÓN SUPERIOR pueda ser concedida sin afectar los derechos de la marca previa SUPERIOR.

En conclusión, la marca previa SUPERIOR registrada para identificar productos en la clase 3 y 10, y la marca solicitada JABÓN SUPERIOR para la clase 3 son conexas competitivamente, al identificar productos y servicios sustituibles, complementarios, que coinciden en sus medios de publicidad y canales de comercialización, además de ser razonable considerar que una misma empresa podría diversificar su oferta a la comercialización de los diversos productos de la clase 3.

De todo lo anterior, podemos concluir sin duda alguna que los signos en comparación presentan en efecto un alto grado de conexidad competitiva y sumado a la identidad existente entre los signos, circunstancia que no otorga a la marca solicitada suficiente poder distintivo para ser concedida, toda vez que se generaría un claro riesgo de confusión y de asociación entre las marcas.

Así las cosas, es claro que la marca solicitada JABÓN SUPERIOR se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad establecida por el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, razón por la cual solicitamos respetuosamente a esta Delegación acceder a las peticiones anteriormente formuladas.

(...)

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **WILLIAM CAMILO RODRIGUEZ RUALES**, no dio respuesta a la oposición.

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,

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

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.

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

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

Confundibilidad con marcas previamente registradas

La marca opositora son las siguientes:

Tipo	Signo	TITULAR	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	SUPERIOR	ALGODÓN SUPERIOR, SOCIEDAD ANÓNIMA	SD2022/0068706	11	3, 10	Marca	Registrada	18 nov. 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

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

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

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

- a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios.** Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.
- b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios.** Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.
- c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad).** Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0030452

Signo solicitado	Signo opositor
JABÓN SUPERIOR (Nominativo)	 SUPERIOR (Mixto)

Facultad oficiosa de la administración

De conformidad con lo preceptuado en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, esta Oficina siempre realiza un estudio de fondo de irreregistrabilidad de los signos solicitados, así no se haya presentado oposición, ya sea para conceder o negar el registro de la marca, porque en ningún momento se encuentra eximida de realizar el referido examen de irreregistrabilidad.

En efecto, el Tribunal en múltiples Interpretaciones Prejudiciales⁴ ha abordado el tema del examen de registrabilidad, pero en uno de sus últimos pronunciamientos, determinó con toda claridad cuáles son las características de este examen:

- “1. El examen de registrabilidad se realiza de oficio. La Oficina Nacional Competente debe realizar el examen de registrabilidad así no se hubieren presentado oposiciones, o no hubiere solicitud expresa de un tercero.

2. El examen de registrabilidad es integral La Oficina Nacional Competente al analizar si un signo puede ser registrado como marca debe revisar si cumple con todos los requisitos de artículo 134 de la Decisión 486, y luego determinar si el signo solicitado encaja o no dentro de alguna de las causales de irreregistrabilidad consagradas en los artículos 135 y 136 de la misma norma.

3. En consecuencia con lo anterior y en relación con marcas de terceros, la Oficina Nacional Competente, así hubiera o no oposiciones, deberá revisar si el signo solicitado no encuadra dentro del supuesto de irreregistrabilidad contemplado en el artículo 136, literal a): es decir, debe determinar si es o no idéntico o se asemeja o no 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’ (Proceso 180-IP-2006. Interpretación Prejudicial de 4 de diciembre de 2006, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena NC 1476, de 16 de marzo de 2007. Marca: ‘BROCHA MONA”).”

Así, conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de su deber legal y visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se destaca que esta Dirección realizará un examen integral de la solicitud de registro con independencia del resultado de la oposición presentada.

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información

⁴ Se destacan las siguientes Interpretaciones Prejudiciales sobre la materia: Interpretación Prejudicial de 7 de julio de 2004, proferida dentro del proceso 40-IP-2004; Interpretación Prejudicial de 9 de marzo de 2005, proferida dentro del proceso 03-IP-2005; e Interpretación Prejudicial de 16 de noviembre de 2005, proferida dentro del proceso 167-IP-2005.



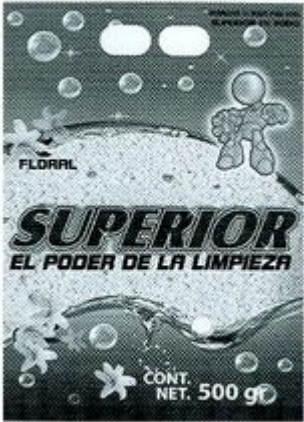
Resolución N° 3793

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clases	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	SUPERIOR	PROVECOL ANTIOQUIA S.A.	11119019	9	3	Marca	Registrada	31 ago. 2032
Mixta	Productos de Aseo Superior	DAYANA XIOMARA ORTEGA MORA	15112652	10	3, 21	Marca	Registrada	05 abr. 2026

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos citados de oficio
JABÓN SUPERIOR (Nominativo)	 SUPERIOR (Mixto)  Productos de Aseo Superior (Mixto)

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁵

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.

⁵ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015



Ref. Expediente N° SD2025/0030452

- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”⁶*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁷ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada 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,

⁶ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁷ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

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.”⁸

Análisis de la conexión competitiva frente a la marca opositora

Esta Dirección en primer lugar considera pertinente efectuar la comparación de los productos y servicios que cada uno de los signos identifican y, en caso de determinarse la identidad o relación entre estos, se procederá a efectuar la comparación entre el signo solicitado y la marca fundamento de oposición, a fin de determinar la existencia de riesgo de confusión entre los signos, pues, nada obsta para que coexistan dos signos similares o incluso idénticos, si los servicios por ellos amparados no son susceptibles de causar riesgo de confusión o de asociación.

El signo solicitado pretende distinguir:

3 Detergentes jabonosos para uso doméstico; jabón líquido; jabones*; jabones de baño; jabones de baño en forma líquida, sólida o de gel; jabones de ducha; jabones de manos; jabones detergentes; jabones en crema; jabones en forma líquida; jabones líquidos; jabones líquidos de baño; jabones líquidos para el cabello y el cuerpo; jabones líquidos para la limpieza del cabello; jabones líquidos para las manos, el rostro y el cuerpo; jabones líquidos para las manos y el rostro; jabones para el cuerpo; jabones para la ducha; jabones para la piel; jabones para las manos; jabones para lavar la ropa; jabones para uso doméstico; jabones para uso personal; jabones perfumados; jabones y detergentes; suavizantes de telas; suavizantes de textiles; suavizantes para la ropa.

21 Cepillos de inodoros y escobas para baños; cepillos y escobas para baños; escobas; escobas blandas; escobas de exterior; escobas, esponjas y cepillos para inodoro y cuartos de baño; escobas, esponjas, y escobillas para inodoro y cuartos de baño; palos de madera para escobas; esponjas abrasivas; esponjas abrasivas para exfoliar la piel; esponjas abrasivas para la cocina; esponjas abrasivas para la limpieza; esponjas abrasivas para lavar los platos; esponjas artificiales para uso doméstico; esponjas corporales; esponjas de aseo personal; esponjas de baño; esponjas de cocina; esponjas de limpieza abrasivas para la cocina; esponjas metálicas para fregar; esponjas para uso doméstico; esponjas y escobillas para inodoro y cuartos de baño; estropajos [esponjas]; trapeadores*.

El signo opositor identifica:

⁸ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

Expediente	Producto y servicios
------------	----------------------

SD2022/0068706	3: Algodón para uso cosmético, gasas para uso cosmético, hisopos para uso cosmético.
----------------	--

	10: Vendas de sujeción, vendas ortopédicas para las articulaciones; guantes de látex, vinilo y nitrilo para uso médico; cubrebocas para uso médico, batas médicas, estuches de cirugía, cubre zapatos, gorros para uso médico.
--	--

Análisis de ausencia de conexidad competitiva entre la Clase 3 solicitada y la Clase 3 opositora

Del análisis de los productos amparados por los signos en cotejo, se advierte que la marca solicitada pretende distinguir en la clase 3 diversos **detergentes, jabones de uso doméstico, jabones líquidos, jabones de baño en sus diferentes presentaciones, jabones para ropa y suavizantes de textiles**. Por su parte, la marca opositora se encuentra registrada para amparar productos como **algodón para uso cosmético, gasas para uso cosmético e hisopos para uso cosmético**.

Ahora bien, al contrastar los referidos productos, se evidencia que **no existe conexidad competitiva** en los términos exigidos por la jurisprudencia andina. En primer lugar, no son **intercambiables**, puesto que los jabones y detergentes cumplen funciones de limpieza corporal, doméstica y de textiles, mientras que el algodón, las gasas y los hisopos cosméticos tienen un uso específico para la aplicación, limpieza o cuidado en procedimientos de aseo personal más delicados, sin que uno pueda sustituir al otro.

Tampoco son **complementarios**, toda vez que el uso de algodón, gasas o hisopos no exige necesariamente la utilización de jabones o suavizantes, ni viceversa. Los consumidores emplean estos productos de manera independiente y autónoma.

Finalmente, desde el criterio de **razonabilidad**, no resulta plausible que el consumidor promedio considere que un mismo empresario que fabrica y comercializa jabones para el cuerpo, detergentes para la ropa o suavizantes de textiles sea el mismo que produzca algodones, gasas o hisopos cosméticos. La finalidad de ambos grupos de productos es distinta: unos orientados a la limpieza corporal y del hogar, y otros a la aplicación y cuidado en contextos cosméticos o médicos ligeros.

En consecuencia, se concluye que no existe conexidad competitiva entre los productos distinguidos por la marca solicitada en la clase 3 y aquellos amparados por el registro previo también en la clase 3, razón por la cual no se configura riesgo de confusión o asociación desde la perspectiva del consumidor promedio.

Análisis de ausencia de conexidad competitiva entre la Clase 3 solicitada y la Clase 10 opositora

De otro lado, respecto de los productos distinguidos por la marca opositora en la **clase 10**, consistentes en **vendas de sujeción, vendas ortopédicas para las articulaciones, guantes de látex, vinilo y nitrilo para uso médico, cubrebocas para uso médico, batas médicas, estuches de cirugía, cubre zapatos y gorros para uso médico**, tampoco se observa la existencia de conexidad competitiva frente a los productos de la clase 3 solicitada, tales como **jabones y detergentes de uso doméstico, jabones de baño en sus diferentes presentaciones, jabones para ropa y suavizantes de textiles**.

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

En primer término, no se configuran criterios de **sustituibilidad o intercambiabilidad**, toda vez que los jabones y detergentes están orientados a la limpieza corporal o doméstica, mientras que los insumos de clase 10 cumplen una finalidad técnica y médica específica, destinada a procedimientos hospitalarios o clínicos, por lo que su función es completamente distinta.

Tampoco existe **complementariedad**, en la medida en que el uso de vendas, guantes o cubrebocas no exige necesariamente el empleo de jabones o detergentes de los comprendidos en la solicitud; de la misma forma, los jabones de baño o los suavizantes de ropa no suponen el consumo de productos médicos de clase 10.

Desde el criterio de **razonabilidad**, no resulta plausible que el consumidor promedio entienda que un mismo empresario sea el origen de productos tan disímiles como lo son insumos médicos (guantes quirúrgicos, batas, estuches de cirugía) y jabones o suavizantes para uso doméstico. Se trata de sectores de mercado totalmente diferenciados, con canales de comercialización distintos, finalidades divergentes y consumidores que los perciben como productos de naturalezas separadas.

En consecuencia, al no satisfacerse ninguno de los criterios sustanciales de conexidad competitiva, se concluye que no existe riesgo de confusión o asociación entre los productos amparados por la marca solicitada en la clase 3 y los identificados por la marca opositora en la clase 10.

Análisis comparativo frente a las marcas halladas de oficio

El signo solicitado **JABÓN SUPERIOR** se presenta en forma nominativa, compuesto por dos elementos denominativos: “JABÓN”, expresión genérica y descriptiva para los productos que pretende distinguir, y “SUPERIOR”, que constituye el elemento con mayor fuerza distintiva.

Por su parte, el signo citado de oficio **SUPERIOR** se encuentra registrado como marca mixta, integrada por el término denominativo “SUPERIOR” acompañado de elementos gráficos alusivos a burbujas o espumas, así como expresiones descriptivas de menor fuerza distintiva tales como “EL PODER DE LA LIMPIEZA”. En aplicación de las reglas de cotejo marcario, se advierte que en la marca hallada de oficio el componente preponderante es precisamente el denominativo “SUPERIOR”, toda vez que concentra la función distintiva del signo, mientras que los demás elementos se perciben como secundarios y descriptivos.

Entre tanto, la marca registrada **Productos de Aseo Superior**, es de naturaleza mixta en donde la denominación está escrita en un tipo de letra característica y en la parte superior se visualizan las letras PS unidas y en la inferior al lado izquierda la figura de unas hojas en color verde.

Si bien el cotejo de signos debe realizarse bajo una apreciación de conjunto, ello no es óbice para descartar expresiones genéricas o descriptivas, como en el presente caso el término “JABÓN”, el cual carece de distintividad frente a los productos de la clase 3, así como tampoco deben tenerse en cuenta las expresiones inapropiables “Productos de Aseo” de la marca registrada “Productos de Aseo Superior”, toda vez que no aportan diferenciación efectiva. De esta forma, el cotejo se centra en el elemento verdaderamente distintivo de los signos, que es el término arbitrario “SUPERIOR”.

Así las cosas, se observa que concurre **identidad ortográfica, fonética y conceptual** entre el elemento preponderante de los signos citados de oficio y el signo solicitado, al reproducirse íntegramente la misma denominación. Incluso, desde la óptica gráfica, la marca hallada de oficio incorpora figuras de espumas que evocan la idea de jabón, lo cual refuerza

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

aún más la similitud percibida con el signo solicitado.

Ahora bien, esta Dirección observa que el elemento común entre los signos en cotejo corresponde a la denominación **SUPERIOR**, término que, si bien se enmarca en las expresiones de carácter **laudatorio**, en tanto alude a cualidades de excelencia o superioridad del producto, no por ello carece totalmente de fuerza distintiva. En efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado que las marcas laudatorias, aunque poseen una **distintividad débil**, pueden ser registradas y gozan de protección jurídica frente a la reproducción idéntica de su núcleo denominativo.

En el presente caso, el signo solicitado **JABÓN SUPERIOR** incorpora el mismo elemento preponderante de los signos hallados de oficio **SUPERIOR**, siendo “JABÓN” una expresión meramente **genérica y descriptiva** de los productos comprendidos en la clase 3, por lo que carece de capacidad diferenciadora. De esta manera, el cotejo debe centrarse en el único elemento con aptitud distintiva: **SUPERIOR**, que coincide plenamente en ambos signos.

Así las cosas, aun cuando se trate de un término laudatorio con fuerza distintiva limitada, conforme a la teoría de la interdependencia, debe destacarse que la **identidad ortográfica, fonética y conceptual** entre los signos en confrontación incrementa el riesgo de confusión cuando, como en este caso, los productos que distinguen son similares dentro de la clase 3, particularmente jabones y detergentes.

En consecuencia, no resulta procedente la concesión del signo solicitado **JABÓN SUPERIOR**, por cuanto reproduce íntegramente la parte distintiva de las marcas citadas de oficio **SUPERIOR** para productos de la misma clase, configurándose la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En este orden de ideas, la Dirección advierte que, al existir identidad en la parte nominativa de los signos y una fuerte proximidad conceptual y gráfica, resulta inminente proceder con el análisis de **conexidad competitiva** de los productos que cada uno distingue.

Análisis de la conexión competitiva frente a las marcas encontradas de oficio

El signo solicitado pretende distinguir:

3 Detergentes jabonosos para uso doméstico; jabón líquido; jabones*; jabones de baño; jabones de baño en forma líquida, sólida o de gel; jabones de ducha; jabones de manos; jabones detergentes; jabones en crema; jabones en forma líquida; jabones líquidos; jabones líquidos de baño; jabones líquidos para el cabello y el cuerpo; jabones líquidos para la limpieza del cabello; jabones líquidos para las manos, el rostro y el cuerpo; jabones líquidos para las manos y el rostro; jabones para el cuerpo; jabones para la ducha; jabones para la piel; jabones para las manos; jabones para lavar la ropa; jabones para uso doméstico; jabones para uso personal; jabones perfumados; jabones y detergentes; suavizantes de telas; suavizantes de textiles; suavizantes para la ropa.

21 Cepillos de inodoros y escobas para baños; cepillos y escobas para baños; escobas; escobas blandas; escobas de exterior; escobas, esponjas y cepillos para inodoro y cuartos de baño; escobas, esponjas, y escobillas para inodoro y cuartos de baño; palos de madera para escobas; esponjas abrasivas; esponjas abrasivas para exfoliar la piel; esponjas abrasivas para la cocina; esponjas abrasivas para la limpieza; esponjas abrasivas para lavar los platos; esponjas artificiales para uso doméstico; esponjas corporales; esponjas de aseo personal; esponjas de baño; esponjas de cocina; esponjas de limpieza abrasivas para la cocina; esponjas metálicas para fregar; esponjas para uso

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

doméstico; esponjas y escobillas para inodoro y cuartos de baño; estropajos [esponjas]; trapeadores*.

El signo hallado de oficio identifica:

Expedientes

Producto y servicios

11119019

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.

15112652

3: Productos para el aseo, jabones líquidos para pisos, jabones líquidos para manos, desengrasantes sólidos y líquidos, ceras para pisos líquidas y sólidas, blanqueadores para ropa, jabones detergentes líquidos para ropa, creolinas caustica, ácido muriático, champú para autos y alfombras ambientadores.

21: Traperos, escobas, cepillos para lavar autos, cepillos sanitarios, cepillos para lavar ropa, chupas para baños, recogedores, mopas y brilladores industriales, mecha repuesto para trapero, gancho plástico y metálico para trapero.

Análisis de ausencia de conexidad competitiva entre la Clase 3 solicitada y la Clase 3 de las marcas citadas de oficio

En lo que respecta al análisis de conexidad competitiva entre los productos amparados por el signo solicitado y aquellos identificados por la marca hallada de oficio **SUPERIOR (Mixta)**, **Expediente 11119019**, se observa que los primeros buscan distinguir diversos tipos de jabones y detergentes comprendidos en la clase 3, mientras que la marca citada protege, entre otros, **jabones, preparaciones para limpiar, perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello y dentífricos**.

En este sentido, resulta evidente que entre los productos confrontados concurre una **relación de género-especie**, pues el género lo constituyen los jabones y las preparaciones de limpieza en general, dentro del cual se ubican las múltiples variantes específicas incluidas en la solicitud, tales como jabones líquidos, en crema, en gel, detergentes y suavizantes.

De igual forma se establece que entre el signo solicitado y la marca registrada **Productos de Aseo Superior (Mixta) Expediente 15112652**, se evidencia que el signo solicitado pretende amparar productos que no solo pertenecen a la misma clase de los productos distinguidos por la marca registrada para la clase 3, sino que se trata de los mismos productos “jabones, detergentes” razón por la cual presentan la misma **identidad y comparten el mismo género, especie, naturaleza y finalidades**.

En consecuencia, de permitir el registro del signo solicitado y dado el tipo de productos que pretende amparar toda vez que se trata de los mismos productos de la marca fundamento de la negación

En virtud de dicha relación, se concluye que entre los productos de la clase 3 en cotejo sí existe conexidad competitiva, siendo innecesario profundizar en mayores consideraciones, dado que la coincidencia en el género y la especie basta para tener por acreditada la conexión exigida por la norma y la jurisprudencia andina.

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

Análisis de conexidad competitiva entre la Clase 21 solicitada y la Clase 3 de las marcas ubicadas de oficio

En lo que concierne al cotejo entre los productos comprendidos en la clase 21 solicitada, consistentes en **cepillos de inodoros y escobas para baños; cepillos y escobas para usos domésticos; esponjas y estropajos para limpieza corporal, de cocina y de superficies; esponjas metálicas para fregar, entre otros artículos de aseo y limpieza,** y los productos identificados por las marcas localizadas de oficio en la clase 3, tales como **preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; preparaciones abrasivas; jabones domésticos,** se advierte la existencia de **conexidad competitiva**.

En efecto, resulta **razonable** considerar que un mismo empresario que fabrica y comercializa productos de limpieza y aseo comprendidos en la clase 3, como jabones, detergentes y preparaciones abrasivas, pueda extender su línea de negocio a la producción y venta de implementos de limpieza y aseo de la clase 21, como cepillos, esponjas, escobas o estropajos. Desde la perspectiva del consumidor promedio, la coincidencia en la finalidad de higiene y limpieza genera la expectativa de un mismo origen empresarial, por cuanto estos productos suelen comercializarse bajo una misma marca en el mercado.

Aunado a lo anterior, los **criterios auxiliares** refuerzan la existencia de conexidad. En primer lugar, ambos grupos de productos suelen encontrarse en los mismos **canales de comercialización**, como supermercados, droguerías y grandes superficies, ubicados incluso en las mismas góndolas. En segundo término, la **finalidad o función** es convergente, pues todos están destinados a la limpieza corporal o doméstica. Finalmente, la **naturaleza complementaria** de los productos contribuye a que el consumidor perciba razonable su origen común, toda vez que el uso de jabones y detergentes se encuentra directamente vinculado con la utilización de esponjas, cepillos y estropajos.

En consecuencia, a partir de los criterios de razonabilidad y los auxiliares de comercialización, finalidad y complementariedad, se concluye que existe **conexidad competitiva** entre los productos de la clase 21 solicitada y aquellos protegidos en la clase 3 por la marca hallada de oficio.

Análisis de conexidad competitiva entre la Clase 21 solicitada y la Clase 21 de la marca de oficio encontrada Productos de Aseo SUPERIOR Expediente 15112652

Con fundamento en la anterior relación de productos, y en los factores de conexión competitiva, esta Dirección observa que hay identidad de bienes en los signos cotejados, comoquiera que el signo solicitado pretende identificar los mismos productos que protege la marca fundamento de la negación dentro de su cobertura para la clase 21 internacional, tratándose de “*cepillos, escobas, trapeadores*”. Por lo anterior, es claro definir que los signos en conflicto al identificar los mismos productos dentro de la misma clase comparten género, naturaleza y finalidades, dichas circunstancias, pueden llevar a pensar equivocadamente al consumidor que se encuentra ante bienes ofrecidos por el mismo empresario, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

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, por la marca hallada de oficio mas no por la opositora.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

Ref. Expediente N° SD2025/0030452

RESUELVE

ARTÍCULO 1°: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **ALGODÓN SUPERIOR, SOCIEDAD ANÓNIMA**, en contra de la Clase 3 internacional.

ARTÍCULO 2°: Negar el registro de la Marca **JABÓN SUPERIOR** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por **WILLIAM CAMILO RODRIGUEZ RUALES**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3°: Negar el registro de la Marca **JABÓN SUPERIOR** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la Clase 21 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁰, solicitada por **WILLIAM CAMILO RODRIGUEZ RUALES**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4°: Notificar a **WILLIAM CAMILO RODRIGUEZ RUALES**, solicitante del registro y a **ALGODÓN SUPERIOR, SOCIEDAD ANÓNIMA** 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 5°: 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

⁹ **3:** Detergentes jabonosos para uso doméstico; jabón líquido; jabones*; jabones de baño; jabones de baño en forma líquida, sólida o de gel; jabones de ducha; jabones de manos; jabones detergentes; jabones en crema; jabones en forma líquida; jabones líquidos; jabones líquidos de baño; jabones líquidos para el cabello y el cuerpo; jabones líquidos para la limpieza del cabello; jabones líquidos para las manos, el rostro y el cuerpo; jabones líquidos para las manos y el rostro; jabones para el cuerpo; jabones para la ducha; jabones para la piel; jabones para las manos; jabones para lavar la ropa; jabones para uso doméstico; jabones para uso personal; jabones perfumados; jabones y detergentes; suavizantes de telas; suavizantes de textiles; suavizantes para la ropa.

¹⁰ **21:** Cepillos de inodoros y escobas para baños; cepillos y escobas para baños; escobas; escobas blandas; escobas de exterior; escobas, esponjas y cepillos para inodoro y cuartos de baño; escobas, esponjas, y escobillas para inodoro y cuartos de baño; palos de madera para escobas; esponjas abrasivas; esponjas abrasivas para exfoliar la piel; esponjas abrasivas para la cocina; esponjas abrasivas para la limpieza; esponjas abrasivas para lavar los platos; esponjas artificiales para uso doméstico; esponjas corporales; esponjas de aseo personal; esponjas de baño; esponjas de cocina; esponjas de limpieza abrasivas para la cocina; esponjas metálicas para fregar; esponjas para uso doméstico; esponjas y escobillas para inodoro y cuartos de baño; estropajos [esponjas]; trapeadores*.