

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 40391

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

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 15 de octubre de 2025, la sociedad **Distribuciones Axa S.A.**, solicitó el registro de la Marca **BUCALEX (Nominativa)** para distinguir productos comprendidos en las Clases 3 y 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1085 del 19 de noviembre de 2025, la sociedad **Laboratorios Legrand S.A.**, presentó oposición contra la solicitud de registro en las Clases 3 y 5 Internacional con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“Advertida esta circunstancia, respetuosamente solicito a esta Dirección negar el registro de la marca “BUCALEX”, toda vez que permitirle coexistir en el mercado con la marca “BICALEX”, perjudica, no solamente a LABORATORIOS LEGRAND S.A., sino también al público consumidor al generar un insalvable riesgo de confusión y/o asociación, el cual se agravaría aún más si se tiene en cuenta que los productos identificados por las marcas guardan conexión competitiva.

(...)

Las evidentes similitudes que se presentan entre el signo solicitado y la marca previamente registrada “BICALEX” impiden que el público consumidor pueda distinguir el origen empresarial de los productos que se pretenden comercializar. En este sentido, el signo nominativo “BUCALEX” no tiene la capacidad de identificar sus productos sin que estos sean confundidos con aquellos que distingue mi representada, pues el signo mencionado es una reproducción casi total de las marcas mencionadas, sin que la diferencia en dos de sus letras le otorgue suficiente distintividad.

(...)

Como se aprecia, los signos BUCALEX y BICALEX resultan altamente similares desde el punto de vista ortográfico, fonético y conceptual, en un grado que excede lo tolerado por la normativa marcarla, generando un evidente riesgo de confusión y/o asociación en el consumidor.

En primer lugar, respecto de la similitud ortográfica, ha dicho el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina: “la similitud ortográfica se da por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión” (Proceso 060-IP-2013).

¹ 3: Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales.

5: Enjuagues bucales antisépticos.

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

Ello se configura en el presente caso, pues los signos BUCALEX y BICALEX presentan la misma extensión (siete letras), coinciden en la estructura general de la palabra, comparten la letra inicial “B” y la partícula final “CALEX”, y únicamente se diferencian por la sustitución de la letra “U” en el signo solicitado frente a “I” en la marca registrada.

Esta alteración mínima resulta insuficiente para generar distintividad, dado que el consumidor promedio no realiza un examen detallado de cada letra, sino que percibe las marcas en su conjunto.

En este sentido, la semejanza ortográfica es altamente significativa, al punto de que ambas denominaciones pueden ser confundidas con facilidad en el entorno comercial.

Ahora bien, en relación con la similitud fonética, debe destacarse que los signos confrontados reproducen sonidos casi idénticos, al compartir la misma sílaba final “CALEX”, la misma extensión vocálica final, y la letra inicial “B”. El reemplazo del fonema /i/ por/u/ no elimina la semejanza sonora global, ya que ambas denominaciones mantienen un ritmo, acentuación y cadencia fonética casi indistinguibles para el consumidor promedio.

(...)

En el presente caso y, de forma particular, es importante colocarse en el lugar del consumidor medio, ya que estamos frente a productos que se dirigen a la población en general y son de fácil acceso en droguerías y supermercados. Desde su perspectiva, y como se anticipó en el anterior argumento, la denominación del signo solicitado es similar fonética y ortográficamente con la marca de mi representada, circunstancia que genera, inevitablemente, confusión para el consumidor.

Esto quiere decir que, conceder el registro del signo “BUCALEX” genera una creencia errónea de que se trata de productos que guardan alguna relación con aquellos comercializados bajo la marca “BICALEX”, o bien, que se trata de productos similares. Con ello, se genera una afectación a la voluntad del consumidor, pues seguramente adquirirá productos identificados con la marca “BUCALEX” considerando, equivocadamente, que los produce mi representada o que las compañías sostienen relaciones comerciales cuando no es así.

(...)

Teniendo en cuenta las coberturas señaladas, existe una clara relación de complementariedad funcional entre los productos identificados por ambos signos.

En efecto, los productos de higiene oral de uso cotidiano, como los enjuagues bucales y las pastas dentales pretendidos por “BUCALEX”, se encuentran naturalmente vinculados con productos farmacéuticos y materiales dentales como los amparados por “BICALEX”, en la medida en que todos forman parte del mismo proceso de cuidado, prevención y tratamiento de la salud bucodental. Desde la óptica del mercado odontológico, estos productos no solo coexisten, sino que se utilizan de manera conjunta o sucesiva, lo cual refuerza su relación de complementariedad.

Además de lo anterior, se suma el criterio de razonabilidad, el cual adquiere especial relevancia en el presente caso, pues en el mercado es habitual que una misma empresa o grupo empresarial ofrezca líneas integrales de productos de salud e higiene, que abarcan, tanto productos de consumo masivo, como productos farmacéuticos o de uso clínico especializado. En consecuencia, resulta razonable que el consumidor medio, al encontrarse con productos destinados al cuidado bucal y odontológico y productos farmacéuticos, identificados por signos altamente similares, asuma que dichos productos provienen del mismo origen empresarial o, al

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

menos, de empresas vinculadas económicamente.

Esta percepción se ve reforzada no solo por la cercanía funcional y sectorial de los productos, sino también por el hecho de que ambos signos coinciden parcialmente en la Clase 05, y podrían encontrarse en los mismos canales de comercialización y publicidad, lo que incrementa el riesgo de que el consumidor establezca una asociación indebida entre ellos.

En virtud de lo anterior, y atendiendo a los criterios desarrollados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, es posible concluir que entre los productos identificados por los signos “BUCALEX” y “BICALEX” existe una conexidad competitiva clara y suficiente, capaz de generar un riesgo de confusión o de asociación en el mercado. En consecuencia, la coexistencia de ambos signos resultaría perjudicial para el titular del registro previo “BICALEX”, motivo por el cual la solicitud del signo “BUCALEX” debe ser denegada.”

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

“Por todo lo expuesto, queda plenamente demostrado que los signos confrontados BUCALEX y BICALEX no presentan similitud ortográfica ni fonética suficiente para generar riesgo de confusión o de asociación en el consumidor medio, toda vez que las diferencias existentes en su estructura inicial. Del mismo modo, los productos amparados por ambas marcas, si bien pertenecen al sector de cuidado bucodental, no son idénticos ni competitivos en el mismo segmento de mercado al momento de la solicitud por parte Distribuciones Axa corresponde a las clasificaciones 5 y 3 equivalentes a enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes, y/o enjuagues bucales antisépticos.

(...)

Los productos amparados por BUCALEX en la clase 3 corresponden a enjuagues bucales no medicinales, pastas dentales, entre otros; en suma, mientras que en la clase 5 se limitan a enjuagues bucales antisépticos. Por su parte, BICALEX” protege productos farmacéuticos y material odontológico en la clase 5.

Aunque existe una relación, los suministros no son idénticos ni competitivos en el mismo segmento de mercado. El consumidor de productos de higiene oral es razonablemente atento y selectivo, especialmente cuando se trata de bienes relacionados con la salud; igualmente, se debe identificar la aplicación del principio de especialidad en aras de estudiar la relación entre el signo distintivo solicitado y los registrados a titularidad del oponible, esto último para identificar la existencia de un riesgo y/o confusión con el consumidor.

A lo anterior, en concordancia con el principio de especialidad se debe considerar la relación directa del consumidor, es decir que el mismo frente a una presentación de clasificación Niza 5 y 3 tendrá un criterio selectivo como consumidor sobre la 5 de productos exclusivamente farmacéuticos y denominada BICALIX , esto último se basa en un consumidor más informado y atento que el consumidor medio, ya que elige los bienes y servicios bajo ciertos parámetros específicos de calidad, o de posicionamiento o estatus en el mercado. Es un consumidor que se ha instruido claramente acerca de las características y cualidades de los productos o servicios que desea adquirir, conoce sus detalles estéticos, de calidad y funcionamiento que la media de la población no los conocería.

La coexistencia de múltiples marcas en el sector de cuidado bucodental demuestra que los consumidores distinguen sin dificultad el origen de los productos, por lo que no se configura el riesgo invocado.

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

(...)

Por todo lo expuesto en el presente escrito, queda plenamente demostrado que la oposición interpuesta por LABORATORIOS LEGRAND S.A. carece de fundamento jurídico y fáctico.

Los signos “BUCALEX” y “BICALEX” no son similarmente confundibles desde los aspectos ortográfico y fonético, toda vez que presentan diferencias sustanciales en su estructura inicial y secuencia de vocales que permiten su clara distinción por el consumidor medio. El cotejo marcario, realizado de manera integral y de conjunto conforme al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, revela que la alteración de la vocal en posición genera una apariencia y sonoridad distinta que impide cualquier riesgo de confusión o de asociación.

De igual manera, no existe conexidad competitiva que incremente dicho riesgo. Los productos amparados por “BUCALEX” enjuagues bucales no medicinales, pastas dentales y enjuagues bucales antiséptico, no son idénticos ni competitivos en el mismo segmento de mercado que los productos farmacéuticos y material odontológico protegidos por “BICALEX”

El principio de especialidad y el criterio del consumidor selectivo, según el Proceso 42-IP-2017 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, confirman que el público consumidor distingue sin dificultad el origen empresarial de los productos. En consecuencia, la oposición debe ser declarada infundada y se debe conceder el registro del signo nominativo “BUCALEX” en las clases 03 y 05 internacional, garantizando los derechos legítimos de DISTRIBUCIONES AXA S.A. y preservando la libre competencia en el mercado.”

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° SD2025/0101733

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 con oposición para identificar productos de las Clases 3 y 5 Internacional.

Confundibilidad con marcas previamente registradas

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Nominativa	BICALEX	LABORATORIOS LEGRAND S.A	SD2017/0068204	11	5	Marca	21/03/2028	Registrada

Facultad oficiosa de la Administración para realizar el examen de registrabilidad del signo solicitado para distinguir productos de la Clase 5 Internacional.

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que el siguiente registro marcario deberá ser tenido en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

•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° SD2025/0101733

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	Vigencia	Estado
Nominativa	Bucalvex	NTI NEW TRADE INTERNATIONAL S.A.S.	SD2025/0086264	12	5	Marca	19/05/2036	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
BUCALEX	BICALEX

Antecedente
Bucalvex (Nominativa)

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos denominativos

En el análisis o confrontación entre signos denominativos, como los antes citados, su comparación deberá atender las siguientes reglas, adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina⁴:

“1. 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.

2. Se establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario.⁵ Como ejemplo tenemos el lexema **deport** en **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ólogo**, **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.⁶

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.

⁴ Consultar sentencias dictadas en los procesos N° 27-IP-2016, 156-IP-2005 y 200-IP-2013, entre otras.

⁵ RAE: Unidad mínima con significado léxico que no presenta morfemas gramaticales; p.ej. sol. O que poseyéndolos prescinde de ellos por un proceso de segmentación, p.ej.: terr en enterrais

⁶ RAE:

1. m. Gram. Unidad mínima aislable en el análisis morfológico. La palabra mujeres contiene dos morfemas: mujer y -es.
2. m. Gram. Por oposición a lexema, **morfema** gramatical; p. ej., de, no, yo, el, -ar, -s, -ero.
3. m. Gram. Unidad mínima de significado. La terminación verbal -mos contiene dos morfemas: persona, primera, y número, plural.



Ref. Expediente N° SD2025/0101733

- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*
3. *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.*
4. *Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.*
5. *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.*
6. *Se debe determinar si existe un elemento preponderante o relevante en ambos signos (...).⁷*

Análisis comparativo con la marca opositora.

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza nominativo, compuesto por la expresión “**BUCALEX**”. De otro lado, la marca citada de oficio es de naturaleza nominativa, compuesta principalmente por la expresión “**BICALEX**”.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el signo solicitado reproduce casi en su totalidad la marca registrada BICALEX, conllevando a que las marcas al momento de ser confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares **BUCALEX** / **BICALEX** situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la sustitución de la letra “I” por la letra “U”, desde el plano fonético no logra proporcionar una pronunciación diferente.

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

- 3: Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales.
- 5: Enjuagues bucales antisépticos.

⁷ TJCA Proceso N° 27-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

El signo registrado identifica:

Expediente	Productos
-------------------	------------------

SD2017/0068204	5: Productos farmacéuticos y medicamentos para uso humano.
----------------	--

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva con oposición entre productos de las Clases 3 y 5 Internacional.

Esta Dirección considera procedente efectuar el análisis de conexidad competitiva con fundamento en el criterio de razonabilidad, por ser el parámetro más específico y adecuado para valorar la relación existente entre los productos tales como **Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales** comprendidos en la Clase 3 y los productos farmacéuticos amparados en la Clase 5. Lo anterior, en la medida en que las coberturas enfrentadas no presentan una identidad funcional que permita predicar, de manera directa, sustituibilidad entre ellas, ni su adquisición supone necesariamente un consumo conjunto propio de la complementariedad estricta. Sin embargo, sí se advierte una relación comercial plausible derivada de la realidad del mercado, la diversificación empresarial y la percepción del consumidor medio frente a productos asociados al cuidado personal, bienestar, higiene y salud.

Conforme al entendimiento reiterado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el criterio de razonabilidad atiende a la realidad del mercado y a la lógica ordinaria de la actividad económica, de manera que la conexidad competitiva puede configurarse cuando, pese a tratarse de productos o servicios distintos, el consumidor medio podría atribuir razonablemente su oferta a un mismo origen empresarial. Ello ocurre cuando existe una expectativa verosímil de diversificación, expansión de línea, integración comercial o vínculo empresarial entre las coberturas comparadas, de forma que la coincidencia de signos podría generar asociación respecto de la procedencia empresarial.

En el presente caso, se observa que los productos tales como **Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales** de la Clase 3 y los productos farmacéuticos de la Clase 5 pueden converger en el mercado bajo una misma lógica empresarial vinculada al cuidado, bienestar y presentación personal del consumidor. En efecto, resulta razonable que empresas dedicadas a productos farmacéuticos, de salud o cuidado corporal amplíen sus líneas hacia productos de cuidado oral, así como que establecimientos o marcas asociadas al bienestar comercialicen productos aromáticos, dermatológicos, higiénicos o de uso personal bajo una misma identificación empresarial. Desde la perspectiva del consumidor medio, dicha coexistencia puede generar la expectativa de que los productos enfrentados provienen de una misma organización empresarial o de empresas económicamente vinculadas, especialmente cuando se presentan como parte de un portafolio orientado al cuidado integral de la persona.

Adicionalmente, esta Dirección advierte que los productos comparados pueden coincidir o presentar cercanía en sus canales de comercialización y distribución, tales como farmacias, droguerías, tiendas especializadas en cuidado personal, grandes superficies, plataformas de

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

comercio electrónico y establecimientos orientados a productos de salud, higiene y bienestar. Asimismo, pueden dirigirse a un público consumidor común, emplear medios de publicidad similares y responder a hábitos de aprovisionamiento relacionados con el cuidado personal y la salud cotidiana. Estos factores auxiliares, valorados desde la percepción del consumidor medio, robustecen la apreciación de conexidad competitiva en el caso concreto, en tanto permiten advertir vínculos comerciales suficientes para generar asociación empresarial entre las coberturas enfrentadas.

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.

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 5 Internacional.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de productos en relación género – especie, ubicados en la misma Clase 5 del nomenclador internacional.

En efecto, como se observa, los productos tales como “**Productos farmacéuticos y medicamentos para uso humano**” que distinguen los signos registrados abarcan los productos tales como “**Enjuagues bucales antisépticos**” que identifica la marca solicitada a registro.

Por lo anterior, dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Análisis comparativo con la marca citada de oficio.

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza nominativo, compuesto por la expresión “**BUCALEX**”. De otro lado, la marca citada de oficio es de naturaleza nominativa, compuesta principalmente por la expresión “**Bucalvex**”.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el signo solicitado reproduce casi en su totalidad la marca registrada BUCALVEX, conllevando a que las marcas al momento de ser confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares **BUCALEX** / **BUCALVEX** situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la sustitución de la omisión de la letra “V”, desde el plano fonético no logra proporcionar una pronunciación diferente.

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales.

5: Enjuagues bucales antisépticos.

El signo registrado identifica:

Expediente	Productos
------------	-----------

SD2025/0086264	5: Productos farmacéuticos para uso humano.
----------------	---

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva con oposición entre productos de las Clases 3 y 5 Internacional.

Esta Dirección considera procedente efectuar el análisis de conexidad competitiva con fundamento en el criterio de razonabilidad, por ser el parámetro más específico y adecuado para valorar la relación existente entre los productos tales como Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales comprendidos en la Clase 3 y los productos farmacéuticos amparados en la Clase 5. Lo anterior, en la medida en que las coberturas enfrentadas no presentan una identidad funcional que permita predicar, de manera directa, sustituibilidad entre ellas, ni su adquisición supone necesariamente un consumo conjunto propio de la complementariedad estricta. Sin embargo, sí se advierte una relación comercial plausible derivada de la realidad del mercado, la diversificación empresarial y la percepción del consumidor medio frente a productos asociados al cuidado personal, bienestar, higiene y salud.

Conforme al entendimiento reiterado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el criterio de razonabilidad atiende a la realidad del mercado y a la lógica ordinaria de la actividad económica, de manera que la conexidad competitiva puede configurarse cuando, pese a tratarse de productos o servicios distintos, el consumidor medio podría atribuir razonablemente su oferta a un mismo origen empresarial. Ello ocurre cuando existe una expectativa verosímil de diversificación, expansión de línea, integración comercial o vínculo

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

empresarial entre las coberturas comparadas, de forma que la coincidencia de signos podría generar asociación respecto de la procedencia empresarial.

En el presente caso, se observa que los productos tales como **Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales** de la Clase 3 y los productos farmacéuticos de la Clase 5 pueden converger en el mercado bajo una misma lógica empresarial vinculada al cuidado, bienestar y presentación personal del consumidor. En efecto, resulta razonable que empresas dedicadas a productos farmacéuticos, de salud o cuidado corporal amplíen sus líneas hacia productos de cuidado oral, así como que establecimientos o marcas asociadas al bienestar comercialicen productos aromáticos, dermatológicos, higiénicos o de uso personal bajo una misma identificación empresarial. Desde la perspectiva del consumidor medio, dicha coexistencia puede generar la expectativa de que los productos enfrentados provienen de una misma organización empresarial o de empresas económicamente vinculadas, especialmente cuando se presentan como parte de un portafolio orientado al cuidado integral de la persona.

Adicionalmente, esta Dirección advierte que los productos comparados pueden coincidir o presentar cercanía en sus canales de comercialización y distribución, tales como farmacias, droguerías, tiendas especializadas en cuidado personal, grandes superficies, plataformas de comercio electrónico y establecimientos orientados a productos de salud, higiene y bienestar. Asimismo, pueden dirigirse a un público consumidor común, emplear medios de publicidad similares y responder a hábitos de aprovisionamiento relacionados con el cuidado personal y la salud cotidiana. Estos factores auxiliares, valorados desde la percepción del consumidor medio, robustecen la apreciación de conexidad competitiva en el caso concreto, en tanto permiten advertir vínculos comerciales suficientes para generar asociación empresarial entre las coberturas enfrentadas.

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.

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 5 Internacional.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de productos en relación género – especie, ubicados en la misma Clase 5 del nomenclador internacional.

En efecto, como se observa, los productos tales como “**Productos farmacéuticos para uso humano**” que distinguen los signos registrados abarcan los productos tales como “**Enjuagues bucales antisépticos**” que identifica la marca solicitada a registro.

Por lo anterior, dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud con oposición para las Clases 3 y 5 Internacional 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 fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Laboratorios Legrand S.A.**, contra la solicitud de registro en la Clase 3 Internacional.

ARTÍCULO 2: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Laboratorios Legrand S.A.**, contra la solicitud de registro en la Clase 5 Internacional.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **BUCALEX (Nominativa)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por parte de la sociedad **Distribuciones Axa S.A.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro de la Marca **BUCALEX (Nominativa)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por parte de la sociedad **Distribuciones Axa S.A.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Notificar a la sociedad **Distribuciones Axa S.A.**, solicitante del registro y a la sociedad **Laboratorios Legrand S.A.**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 6: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 28 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁸ 3: Enjuagues bucales no medicinales; pastas de dientes*; productos blanqueadores de dientes; comprimidos para la limpieza de prótesis dentales.

⁹ 5: Enjuagues bucales antisépticos.

Ref. Expediente N° SD2025/0101733

