

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 84486

Ref. Expediente N° SD2025/0024683

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 19 de marzo de 2025, CAC COLOMBIA CROPSCIENCES SAS, solicitó el registro de la Marca METNER (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: 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 el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 5: Productos para la destrucción de animales dañinos; insecticidas, fungicidas y herbicidas para cultivos.

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° SD2025/0024683

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

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	METLEN PHARMA	LABORATORIOS SIEGFRIED S.A.S.	05109768	8	5	Marca	Registrada	18 may. 2026
Mixta	MANO AMIGA CLUB DE PACIENTES METLEN PHARMA	LABORATORIOS SIEGFRIED S.A.S.	04126595	8	5	Marca	Registrada	27 jul. 2025
Nominativa	METLEN	LABORATORIOS SIEGFRIED S.A.S.	04115654	8	5	Marca	Registrada	22 de marzo de 2026
Mixta	SUN METER Modul inteligente de a te bucura de soare	FINSOURCE S.A.	SD2017/0038882	10	1, 2, 5, 14, 16, 28, 35, 40, 44	Marca	Registrada	08 sept. 2026

•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

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.

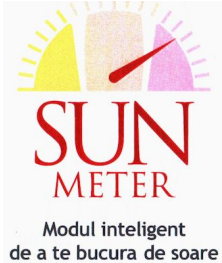
b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos 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° SD2025/0024683

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
METNER	   METLEN

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”.

Igualmente, respecto al elemento predominante en las marcas mixtas, en el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal preceptuó que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. 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”.



Ref. Expediente N° SD2025/0024683

Análisis comparativo

Al comparar los signos en cuestión, se advierte la existencia de elementos relevantes que permiten concluir que hay un riesgo de confusión o asociación en el público consumidor en la medida en que, el signo solicitado reproduce parcialmente el término “METER” del signo SUN METER y que se aproxima fonética y ortográficamente a “METLEN”, presente en las marcas METLEN PHARMA y MANO AMIGA CLUB DE PACIENTES METLEN PHARMA, lo que refuerza la posibilidad de que el consumidor medio asocie los signos entre sí o los confunda respecto de su origen empresarial.

Todos los signos comparados están contruidos bajo una fórmula lingüística convergente, consistente en la incorporación del prefijo “MET” como eje denominativo, acompañado de expresiones complementarias que remiten a contextos técnicos, científicos o industriales (NER, LEN, SUN METER, PHARMA). Esta estructura común genera una impresión fonética, ortográfica y conceptual paralela, en la que el componente “MET” actúa como elemento dominante de recordación, susceptible de inducir al consumidor a pensar que los signos pertenecen a una misma familia marcaria o proceden de un mismo titular.

Desde el punto de vista conceptual, debe resaltarse que los signos METLEN PHARMA y MANO AMIGA CLUB DE PACIENTES METLEN PHARMA están directamente vinculados con el sector farmacéutico y de la salud, al igual que el signo solicitado, cuya composición mantiene una connotación técnica y científica asociada a productos o servicios de ese ámbito. La coexistencia de tales signos en el mercado podría generar la falsa impresión de una relación empresarial, comercial o institucional entre los titulares.

De conformidad con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, cuando los signos coinciden en su elemento distintivo principal y las diferencias recaen en partículas accesorias o descriptivas, se configura riesgo de confusión, especialmente cuando los signos se destinan a sectores afines o complementarios.

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 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/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

⁴ 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° SD2025/0024683

Clase 5: Productos para la destrucción de animales dañinos; insecticidas, fungicidas y herbicidas para cultivos.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 05109768

Clase 5: Productos farmacéuticos.

Expediente 04126595

Clase 5: Productos farmacéuticos.

Expediente 04115654

Clase 5: Productos farmacéuticos.

Expediente SD2017/0038882

Clase 5: Preparaciones farmacéuticas y veterinarias; preparaciones sanitarias para uso médico; alimentos dietéticos para uso médico, alimentos para bebés; suplementos dietéticos; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Clase 35: Publicidad; gestión de negocios; administración comercial; trabajos de oficina.

Al observar las coberturas de los signos confrontados, esta Dirección encuentra que el signo solicitado pretende distinguir productos como insecticidas, fungicidas, herbicidas para cultivos y productos para la destrucción de animales dañinos, mientras que los registros previos también amparan productos de la clase 5, incluyendo productos farmacéuticos, preparaciones veterinarias, desinfectantes, y productos para eliminar animales dañinos, fungicidas y herbicidas. En este caso, existe una coincidencia directa en la naturaleza, uso y destino de los productos, lo que permite afirmar la identidad marcaria en términos de cobertura. La superposición total entre los productos refuerza el riesgo de asociación entre los signos.

Ahora bien, respecto de los productos que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 5 y los servicios que amparan los registros previos en la clase 35, existe una coincidencia funcional y comercial que permite afirmar una conexión competitiva relevante. En efecto, los servicios de la clase 35 están orientados a la gestión comercial, promoción y publicidad de productos de consumo, incluyendo insumos médicos, farmacéuticos, veterinarios y agrícolas. Desde el criterio de razonabilidad, resulta coherente que un mismo empresario se dedique tanto a la fabricación o distribución de productos fitosanitarios como a su posicionamiento en el mercado mediante estrategias comerciales, especialmente en sectores agroindustriales o de salud pública. Esta cercanía operativa incrementa el riesgo de asociación entre los signos.

En consecuencia, la proximidad funcional entre los productos y servicios, sumada a la posibilidad razonable de que sean ofrecidos por un mismo titular en contextos comerciales complementarios, justifica la existencia de conexión competitiva relevante entre los signos confrontados, lo que refuerza el riesgo de confusión en el consumidor.

Ref. Expediente N° SD2025/0024683

Adicionalmente se resalta que la marca solicitada identifica productos de la clase 5 relacionadas con productos para la destrucción de animales dañinos; insecticidas, fungicidas y herbicidas para cultivos. Por su parte las marcas registradas identifican en la clase 5, relacionadas con productos farmacéuticos y veterinarios. Teniendo claro los bienes que cada signo representa, así como la similitud ortográfica y fonética que existe entre ellos, no es posible acceder al registro de los signos, toda vez que entre los productos previamente definidos existe conexidad teniendo en cuenta el riesgo para la salud humana que una confusión entre productos de estas clases puede acarrear.

Al respecto la interpretación prejudicial del TJCA 59-IP-2018 se afirmó:

“El análisis de registrabilidad de una marca que ampare productos de la clase 5 que no sean farmacéuticos para uso humano, tales como fungicidas y herbicidas, debe ser extremadamente riguroso a fin de evitar cualquier riesgo de confusión en el público consumidor, ya que de encontrar similitud, podría causar riesgo en la salud de todos los seres vivos (hombre, animales y plantas); por lo tanto, la Autoridad Competente debe apreciar de una manera muy concienzuda tal riesgo para la salud humana, animal y vegetal, y así evitar cualquier error sobre el producto a consumirse.

Si bien, en principio, los productos farmacéuticos de uso humano y los otros de la clase 5 pueden tener canales de comercialización diferentes y expendedores calificados, en el uso y la manipulación de los mismos puede generarse confusión en el público consumidor, tal como sería el caso del almacenamiento y el posterior consumo de productos de la clase 5 en el hogar o en almacenajes privados de cualquier clase, ya que estos están al acceso del consumidor ordinario que bien puede confundirse y aplicar un producto veterinario a un ser humano o viceversa. Es muy posible que al ser confundible una marca que ampara productos herbicidas, fungicidas o veterinarios, con una que ampara un fármaco de uso humano, el consumidor que por alguna razón tiene a su alcance los productos pueda caer en un error, lo que podría convertirse en fatal para su salud o para la salud los animales o plantas a los que se aplica.

En este aspecto el sólo riesgo para la salud puede resultar suficiente en la adopción de las conclusiones del examen de registrabilidad.

Además de lo anterior, se debe tener en cuenta que como la clase 5 ampara productos que son utilizados en el hombre, animales o plantas, una equivocación en contra de alguno de estos grupos de seres vivos puede tener consecuencias en la salud de los restantes, ya que el hombre se alimenta de animales y plantas, así como los animales de otros animales o plantas.”

Se resalta que la conexidad en estos productos tiene como eje el efecto que la potencial de confusión puede generar en el riesgo de la salud de las personas. Está afectación en la integridad física de las personas, se puede generar si se confunden productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas y herbicidas, con bienes de destinación farmacéutica.

Finalmente, es importante indicar que, debido a las semejanzas presentadas, la confusión de los signos por parte del público consumidor puede significar un riesgo para la salud no solo de los humanos sino de para los animales, al respecto el Tribunal Andino ha señalado en la interpretación 59-IP-2008:

“Si bien, en principio, los productos farmacéuticos de uso humano y los otros de la clase 5 pueden tener canales de comercialización diferentes y expendedores

Ref. Expediente N° SD2025/0024683

calificados, en el uso y la manipulación de los mismos puede generarse confusión en el público consumidor, tal como sería el caso del almacenamiento y el posterior consumo de productos de la clase 5 en el hogar o en almacenajes privados de cualquier clase, ya que estos están al acceso del consumidor ordinario que bien puede confundirse y aplicar un producto veterinario a un ser humano o viceversa. Es muy posible que al ser confundible una marca que ampara productos herbicidas, fungicidas o veterinarios, con una que ampara un fármaco de uso humano, el consumidor que por alguna razón tiene a su alcance los productos pueda caer en un error, lo que podría convertirse en fatal para su salud o para la salud los animales o plantas a los que se aplica. En este aspecto el sólo riesgo para la salud puede resultar suficiente en la adopción de las conclusiones del examen de registrabilidad. Además de lo anterior, se debe tener en cuenta que como la clase 5 ampara productos que son utilizados en el hombre, animales o plantas, una equivocación en contra de alguno de estos grupos de seres vivos puede tener consecuencias en la salud de los restantes, ya que el hombre se alimenta de animales y plantas, así como los animales de otros animales o plantas.”

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.

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 PRIMERO: Negar el registro de la Marca METNER (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por CAC COLOMBIA CROPSCIENCES SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a CAC COLOMBIA CROPSCIENCES SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de octubre de 2025

⁵ 5: Productos para la destrucción de animales dañinos; insecticidas, fungicidas y herbicidas para cultivos.

Ref. Expediente N° SD2025/0024683



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS