

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100548

Ref. Expediente N° SD2025/0035992

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 7 de mayo de 2025, el señor **Héctor William Naranjo Naranjo**, solicitó el registro de la Marca **ESENCIA VERDE PRODUCTOS NATURALES** (Mixta) 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. 1067, la sociedad **Grupo Gypsys SAS** presentó oposición contra el registro de la Marca **ESENCIA VERDE PRODUCTOS NATURALES** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 3 y 5 fundamento en el literal a) artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

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

“(…)

Al apreciar el signo solicitado para registro, se observa que en su diseño prevalece la figura de unas hojas en colores azul y verde, también por la forma en como identifican las palabras y de cómo usan los colores, diseño muy similar a la marca de mi cliente, el cual presenta similitud entre la expresión o palabra ESENCIA, concentrándose allí uno de los principales puntos de atención del consumidor dada su ubicación y tamaño, subordinando los demás elementos nominativos que aunque no están incluidos, aparecen en la solicitud, los cuales son descriptivos de los productos ofrecidos, por lo que no le aportan diferencias sustanciales frente a la marca de mi poderdante, generando de esta manera, mayor proximidad, alto nivel de confusión y por tanto similitud entre los signos (...)

(…)

Como puede apreciarse, ambos signos son altamente confundibles, dado que generan la misma impresión como resultado de la reproducción que hace el signo solicitado de la marca ESENCIA SALVAJE BY MARCELA ARISTIZABAL registrada por mi poderdante, expresiones como ESENCIA VERDE, las cuales evidentemente son las más relevantes. Se observa que las marcas cotejadas son idénticas, por lo que el consumidor puede confundirse a tal punto que puede comprar un producto pensando que está adquiriendo otro (Confusión directa), o llegará a una conclusión errónea en cuanto al origen empresarial de los mismos (Confusión indirecta), lo que atenta contra los derechos de los consumidores y genera perjuicios para todos los interesados. Es de resaltar que desde su parte gráfica, el signo solicitado también es confundible con la marca de mi poderdante, esto se evidencia en la forma como el signo solicitado utiliza una especie de flor en la que resalta las expresiones Esencia Verde, generando confusión con la marca registrada por mi poderdante, la cual cuenta con trazos alusivos a una forma floral y hace referencia a las expresiones Esencia Salvaje, razón de peso para demostrar que se generará riesgo de confusión para el consumidor. De igual forma, la Doctrina y la Jurisprudencia han sostenido que basta con establecer un solo criterio de similitud para que dos marcas no puedan coexistir en el mercado, y en

¹ 3: Cosméticos naturales; productos cosméticos de cbd.

5: Productos farmacéuticos para uso humano.

Ref. Expediente N° SD2025/0035992

el presente caso, se cumple este parámetro, siendo imposible entonces que puedan las marcas coexistir, sin generar confusión en los consumidores.(...)

(...)

es de anotar que si bien la palabra Esencia puede ser referida a una expresión de uso común, cuando se agregan vocablos como Verde y Salvaje, para el caso objeto de estudio, el término “Verde” solo confunde más, en tanto evoca la misma idea proveniente de la naturaleza, lo natural, lo que evidentemente genera riesgo de confusión para el consumidor, quien relacionará tanto los signos en cotejo como su origen empresarial (...)

(...)

Efectivamente, los elementos más importantes son las flores de cada signo marcario y las expresiones ESENCIA VERDE y ESENCIA SALVAJE los cuales resultan preponderantes al comparar ambos conjuntos marcarios, toda vez que es la parte relevante en la configuración de ambos signos y que resalta en los logotipos, de esta manera, teniendo en cuenta las similitudes e igualdades presentadas entre ambos signos, es evidente que se presente confusión entre los consumidores al tratar de identificar ambos productos en el mercado, la cual es muy conocida en el comercio, por lo cual el signo solicitado es similarmente confundible con la marca de mi apoderado. (...)

Que dentro del término concedido para tal efecto, el señor **Héctor William Naranjo Naranjo**, no dio respuesta a la oposición presentada por la sociedad **Grupo Gypsys SAS**

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° SD2025/0035992

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 la marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia
Mixta	Esencia Salvaje By Marcela Aristizábal	GRUPO GYP SYS SAS	16134123	10	3	Marca	08-02-2027

Examen oficioso por parte de la Dirección de Signos Distintivos.

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:

•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 (dentrífico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.
- c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0035992

“...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.”

Por lo tanto, se advierte que la ausencia de oposición durante el trámite administrativo, su presentación con resultado desfavorable para el opositor o el desistimiento de esta no significa la concesión automática de registro de un signo distintivo. Así, conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales realizará un examen integral de la solicitud de registro con independencia del resultado de la oposición presentada, trayendo de oficio las causales de irregistrabilidad que considere relevantes.

Por consiguiente, y 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
Nominativa	VERDESSENCE	BASF SE	SD2022/0060437	11	1, 3	Marca	25-04-2032

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
 ESENCIA VERDE PRODUCTOS NATURALES (MIXTA)	 ESENCIA SALVAJE BY MARCELA ARISTIZÁBAL (MIXTA)

Antecedentes
VERDESSENCE (Nominativa)

Análisis de Confundibilidad con la marca opositora.

Análisis en Conjunto Durante la Comparación Entre Marcas Mixtas

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



Ref. Expediente N° SD2025/0035992

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”.

Elemento Predominante en las Marcas Mixtas

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado 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”.

Análisis comparativo

El signo solicitado a registro es una marca mixta compleja conformada por las palabras **ESENCIA VERDE** escritas en una tipología especial de letra y en la parte superior un elemento gráfico consistente en la representación de hojas abiertas, reivindicándose los colores azul y verde como rasgo distintivo.

Por su parte la marca previamente registrada es de naturaleza mixta compleja conformada por las expresiones **ESENCIA SALVAJE BY MARCELA ARISTIZABAL** y en su parte superior la representación de cuatro hojas abiertas, reivindicándose los colores azul y verde como rasgos distintivos.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea se observa que son visualmente similares, como quiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, pues carece de elementos adicionales suficientes que le otorguen la distintividad extrínseca necesaria para proceder con su registro.

Lo anterior, como quiera que en ambos casos, se reproduce el vocablo ESENCIA, y aunque tal semejanza en principio no resultaría suficiente para establecer que los signos son confundibles, como quiera que existen otros signos en el mercado que también emplean el vocablo ‘ESENCIA’ esta Dirección observa que el componente gráfico de los signos cotejados aumenta decisivamente su semejanza, como quiera que en el caso del signo solicitado y en el caso del signo fundamento de oposición, sobre el elemento nominativo se encuentra una representación gráfica de una planta, formada en cada caso por hojas abiertas unas en color azul y otras en color verde, lo que las hace visualmente confundibles.

Así las cosas, si bien esta Dirección encuentra que en el mercado coexisten actualmente varias marcas que hacen uso del vocablo ‘ESENCIA”, lo cierto es que el signo solicitado resulta similarmente confundible con la marca opositora, debido a que la impresión general que produce cada conjunto resulta similarmente confundible, de manera tal que existe el riesgo de que un consumidor desprevenido asuma erradamente que ambos

Ref. Expediente N° SD2025/0035992

signos comparten el mismo origen empresarial, y que el signo solicitado corresponde a una modernización de la marca que ya conoce.

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:

Clase 3: Cosméticos naturales; productos cosméticos de cbd.

Clase 5: Productos farmacéuticos para uso humano.

El signo opositor identifica:

Expediente 16134123, clase 3: preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones, productos de aseo y limpieza.

Relación competitiva.

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 los signos confrontados no presentan relación de competitividad en la medida que no es habitual que el empresario que fabrica productos para aseo y limpieza domestica como ocurre con la reivindicación del signo previamente registrado haga lo propio con productos cosméticos y farmacéuticos a base de CBD, lo anterior si se tiene en cuenta que son productos que tienen finalidades disimiles supliendo diferentes necesidades por lo que un consumidor medio no entendería que estos productos son ofrecidos por el mismo empresario.

Análisis de Confundibilidad con marca analizada de oficio VERDESSENCE

Comparación Marcas Mixtas y Nominativas

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta 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 marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas,

Ref. Expediente N° SD2025/0035992

pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

Análisis comparativo.

Por otra parte, dentro de la labor oficiosa de la administración se realizó búsqueda en el Sistema de Información de la Propiedad Industrial evidenciando que la sociedad BASF SE, es titular de la marca de naturaleza nominativa registrada **VERDESSENCE** marca que resulta similarmente confundible con el signo solicitado a registro **ESENCIA VERDE**

Respecto de la comparación, es preciso señalar que si bien los signos forman una conjunción de elementos nominativos que no es susceptible de ser dividida en sus partes, ello no obsta para que dentro del conjunto marcario se analice y determine que expresiones ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor. Así, considera esta Dirección que el signo solicitado es similarmente confundible con la marca registrada **VERDESSENCE** pues tal como se aprecia a simple vista, hay una reproducción total del elemento relevante y distintivo VERDE y ESENCIA (ESSENCE), sin que el cambio de la expresión anglosajona ESSENCE por su equivalente en español ESENCIA mute la alta similitud de los signos comparados desde el plano ortográfico y además conceptual evocando ambos conjuntos exactamente la misma idea referida a la esencia concentrada de algún elemento natural verde, o como una representación simbólica para referirse a la naturaleza.

Finalmente, aun cuando el signo solicitado a registro incluye un elemento gráfico consistente en una planta con hojas abiertas, este elemento per se no es un criterio de diferenciación, en efecto, de aceptarse dicho criterio como elemento diferenciador entre los signos, se estaría permitiendo que terceros se apropiaran de marcas registradas, so pretexto de que la inclusión de nuevos elementos en el signo solicitado despierta una impresión de conjunto diferente a la de la marca unitaria.

Adicionalmente, es necesario recordar que el consumidor medio, habitualmente, no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto en su memoria de los signos en cuestión y que, además el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos.

En ese orden de ideas, es probable es que el público cuando se encuentre ante las marcas enfrentadas asuma que la marca solicitada es una variación del signo previamente registrado.

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:

Clase 3: Cosméticos naturales; productos cosméticos de cbd.

Clase 5: Productos farmacéuticos para uso humano.

Ref. Expediente N° SD2025/0035992

El signo analizado de oficio identifica:

Expediente SD2022/0060437, clase 3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; dentífricos.

Relación competitiva signo solicitado en clase 3 vs signo analizado de oficio en clase 3.

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 conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la identidad entre los productos.

Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar 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 de los productos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos (identidad), los cuales versan sobre productos cosméticos, lo que conlleva a que compartan naturaleza y destinación. En este contexto entre los productos antes descritos, no es necesario acudir a los criterios de conexión competitiva de productos y servicios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, toda vez que más allá de cualquier similitud, los servicios son idénticos.

Relación competitiva signo solicitado en clase 5 vs signo analizado de oficio en clase 3.

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 conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la razonabilidad entre los productos del signo solicitado y los productos de la marca encontrada de oficio pese a encontrarse en nomenclátors diferentes. Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) puede asumir como razonable que los productos en cuestión presentan un mismo origen empresarial”. Así, conforme las dinámicas del mercado, es habitual que empresas que fabrican productos tales como cosméticos, lociones capilares y aceites esenciales hagan lo propio con este tipo de productos, pero medicados lo anterior teniendo en cuenta que los ingredientes, maquinaria y método de fabricación son los mismos con la sola diferenciación del componente activo. Aunado a lo anterior en el mercado, existen numerosas empresas que fabrican cosméticos y productos farmacéuticos con CBD. Algunas empresas se especializan en la formulación de cosméticos medicados y no, como cremas, bálsamos y productos para el cuidado de la piel, debido a las propiedades antioxidantes e hidratantes del CBD.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0035992

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **Grupo Gypsys SAS** contra el registro de la marca **ESENCIA VERDE PRODUCTOS NATURALES** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3

ARTÍCULO 2: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **Grupo Gypsys SAS** contra el registro de la marca **ESENCIA VERDE PRODUCTOS NATURALES** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5.

ARTÍCULO 3: **Negar** el registro de la Marca **ESENCIA VERDE PRODUCTOS NATURALES (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por **Héctor William Naranjo Naranjo**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: **Negar** el registro de la Marca **ESENCIA VERDE PRODUCTOS NATURALES (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por **Héctor William Naranjo Naranjo**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución

ARTÍCULO 5: Notificar a **Héctor William Naranjo, solicitante** del registro y a la sociedad **Grupo Gypsys SAS opositor**, 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 1 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS