

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 965

Ref. Expediente N° SD2025/0065119

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 3 de julio de 2025, Santiago Echeverri Vallejo, solicitó el registro de la Marca ENTREBOSQUES (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 3, 30, 33 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1074, 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 3: Cosméticos no medicinales.

30: Café, bebidas a base de café.

33: Ron; licores a base de café.

43: Servicios de cafés; servicios de catering para oficinas, a saber, de suministro de cafés; servicios de catering a domicilio.

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° SD2025/0065119

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 las marcas 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	ENTRE BOSQUES	HOTEL ENTREBOSQUES DE ARVI S.A.S.	SD2018/0104358	11	43	Marca	Registrada	16 jul. 2029
Mixta	Bosques de Oro	SONIA ENITH URRSTE MOSQUERA	SD2022/0125243	11	3	Marca	Registrada	11 sept. 2033

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas	
		

•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° SD2025/0065119

Jurisprudencia

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

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

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“ENTREBOSQUES”** se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado **ENTREBOSQUES** presenta similitudes ortográficas y conceptuales en el elemento nominativo preponderante respecto del elemento nominativo distintivo y característico de la marca previamente registrada **ENTRE BOSQUES** toda vez que, reproduce en su totalidad la extensión consonántica y vocálica de la marca registrada respecto de las expresiones arbitrarias que la conforman y pese a la variación de los elementos figurativos dichas variaciones son secundarias y no logran desvirtuar las semejanzas existentes entre los signos enfrentados.

Ahora bien, desde el punto de vista fonético, al ser pronunciada la expresión solicitada **ENTREBOSQUES** y la registrada **ENTRE BOSQUES**, se genera un impacto sonoro idéntico en razón a la disposición de los términos utilizados.

Así mismo, está Dirección evidencia que el signo solicitado **ENTREBOSQUES** es ortográfica y fonética similar con la marca registrada **Bosques de Oro**, toda vez que transcribe la marca que sirve de antecedente respecto de la expresión arbitraria “BOSQUES” sin que la modificación en los elementos gráficos, así como el remplazo de los términos “de oro” por la proposición “ENTRE”, son cambios accesorios y no se constituyen en derrotero de diferenciación, más aún y si se tiene en cuenta que al ser pronunciados se articulan de forma similar en razón a la disposición de los grafemas utilizados.

Por lo anterior, los consumidores pueden llegar a considerar por error que el signo solicitado es una innovación y/o variación de las marcas registradas, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos

Ref. Expediente N° SD2025/0065119

presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 3: Cosméticos no medicinales.

Clase 30: Café, bebidas a base de café.

Clase 33: Ron; licores a base de café.

Clase 43: Servicios de cafés; servicios de catering para oficinas, a saber, de suministro de cafés; servicios de catering a domicilio.

Los signos registrados identifican:

Expediente SD2018/0104358, Clase 43: Alquiler de chalés y bungalows de hospedaje temporal; servicios de campamentos de vacaciones [hospedaje]; servicios de hospedaje en hoteles y moteles; suministro de información sobre hospedaje para viajeros y servicios prestados por agencias de reserva de alojamientos para viajeros; puesta a disposición de centros de exposiciones en hoteles; reserva de alojamiento en hoteles; reserva de habitaciones de hotel para viajeros; reserva de hoteles; servicios de agencias de alojamiento [hoteles, pensiones]; servicios de alojamiento en hoteles; servicios de catering para hoteles; servicios de hotel y restaurante; servicios hoteleros; servicios hoteleros para clientes preferentes; servicios de hoteles de vacaciones; servicios de hoteles, bares y restaurantes; servicios de hoteles, moteles y complejos hoteleros; servicios de hoteles, restaurantes y cafés; servicios de información hotelera; servicios de reserva de alojamiento en hoteles prestados por agencias de viajes; servicios de reserva de habitaciones en hoteles; servicios de reserva de habitaciones y de hoteles; servicios de reserva de hoteles para terceros; servicios de reserva de hoteles, restaurantes y alojamientos de vacaciones; suministro de información hotelera; suministro de información en línea sobre reservas de hoteles; tramitación de alojamiento en hoteles; servicios de bares y restaurantes; servicios de hoteles, restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios de reserva de restaurantes; servicios de restaurantes; servicios de restaurantes de autoservicio; servicios de restaurantes para turistas; servicios de restaurantes y cafés;

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° SD2025/0065119

servicios de restaurantes, bares y coctelerías; suministro de comidas y bebidas en restaurantes y bares.

Expediente SD2022/0125243, Clase 3: Aceite de coco para uso cosmético, acondicionadores labiales; acondicionadores para el cabello; agua de Colonia; aromas [aceites esenciales]; bálsamos para el cabello; baños de aceite para el cuidado del cabello; bases de maquillaje; brillos de labios; ceras para el cabello; champús; champús acondicionadores; champús en seco; champús para el cabello; champús para el cabello y el cuerpo; colonias, perfumes y productos cosméticos; cosméticos; cosméticos para el cabello; crema corporal para uso cosmético; crema para peinar el cabello; cremas antiarrugas; cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas de belleza para el rostro y el cuerpo; desmaquilladores; desmaquillantes de ojos; desodorantes corporales; desodorantes para el cuerpo; esencia de romero [aceite esencial]; jabones; jabones cosméticos; jabones líquidos para el cabello y el cuerpo; maquillaje para la cara; maquillaje para la cara y el cuerpo; maquillaje para los ojos; mascarillas para el cuidado del cabello; quitaesmaltes; tonificantes para el cabello.

Relación productos Clase 3 Identidad

De la anterior relación de productos, se establece que el signo solicitado pretende amparar productos que no solo pertenecen a la misma clase de los productos distinguidos por la marca registrada **Bosques de Oro (Mixta)** para la **Clase 3**, 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 “cosméticos”, se concluye, que, al estar en una misma oferta de mercado, se puede generar riesgo de asociación entre los consumidores quienes, dada la similitud de los signos, no podrán diferenciar el origen empresarial de las marcas en estudio.

Relación productos Clase 30 y servicios Clase 43 Razonabilidad

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.

De acuerdo con los factores de conexidad competitiva, esta Dirección observa que el signo solicitado pretende distinguir productos de la **Clase 30**, mientras que el signo registrado **ENTRE BOSQUES (Mixta)** identifica servicios de la **Clase 43**, pese a que se encuentran en diferentes clases del nomenclador internacional, son productos que se ofrecen en los restaurantes, por tratarse de productos alimenticios. Por lo tanto, si el consumidor promedio llegará a encontrar el signo solicitado para identificar los productos a distinguir en el mercado, fácilmente podría asociar y pensar que el titular de la marca registrada decidió ampliar su portafolio y ofrecer, fabricar productos alimenticios para ofrecerlos en sus restaurantes.

Por lo anterior, los consumidores al encontrar los signos en el mercado, dada la similitud de los signos difícilmente podrían identificar el distinto origen empresarial de los mismos (confusión indirecta), ya que cada vez es más frecuente en el mercado que los mismos restaurantes identifiquen productos alimenticios y bebidas con su propia marca. Por ende, de permitir el registro del signo solicitado, se generaría riesgo de confusión y asociación en el mercado, pues dada la similitud del componente nominativo de los signos comparados, sería muy difícil para los consumidores determinar el origen empresarial de los productos y/o

Ref. Expediente N° SD2025/0065119

servicios distinguidos.

Relación productos Clase 33 y servicios Clase 43 Razonabilidad

En atención a los criterios de conexidad competitiva, la Dirección aprecia una relación de conexidad, entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado para la **Clase 33** internacional y los servicios que distingue la marca registrada **ENTRE BOSQUES (Mixta)** para la **Clase 43** del nomenclátor en atención a que el consumidor puede pensar razonablemente que provienen del mismo origen empresarial⁵, teniendo en cuenta la similitud de los signos analizados.

Lo anterior, en razón a que, durante la ejecución de los servicios de restauración, suelen dispensarse diferentes tipos de bebidas alcohólicas, que son los productos que pretende amparar el signo solicitado “*ron; licores a base de café*”, siendo común además la tendencia cada vez más usual en el mercado según la cual los empresarios amplíen su portafolio de negocios y que quienes tienen restaurantes decidan fabricar y elaboran este tipo de productos y ofrecerlos en los establecimientos del mismo nombre o de con un nombre similar, con el fin de posicionar su marca en el segmento correspondiente y unificar su portafolio para beneficio de sus clientes.

Relación servicios Clase 43 Identidad

De la anterior relación de servicios, se establece que, por una parte, el signo solicitado pretende identificar servicios que no solo pertenecen a la misma clase de los servicios distinguidos por la marca registrada **ENTRE BOSQUES (Mixta)** para la **Clase 43**, razón por la cual guardan una estrecha relación y afinidad, compartiendo la naturaleza y sus finalidades.

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 servicios ofrecidos en el mercado.

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 **ENTREBOSQUES (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁶,

⁵ Resolución No. 70966 de 11 de octubre de 2022 y Resolución No. 47714 de 26 de julio de 202, Expediente No. SD2021/0115121.

⁶ 3: Cosméticos no medicinales.

Resolución N° 965

Ref. Expediente N° SD2025/0065119

solicitada por Santiago Echeverri Vallejo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca ENTREBOSQUES (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por Santiago Echeverri Vallejo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca ENTREBOSQUES (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 33 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por Santiago Echeverri Vallejo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Negar el registro de la Marca ENTREBOSQUES (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por Santiago Echeverri Vallejo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO SEXTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ 30: Café, bebidas a base de café.

⁸ 33: Ron; licores a base de café.

⁹ 43: Servicios de cafés; servicios de catering para oficinas, a saber, de suministro de cafés; servicios de catering a domicilio.

