

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 999

Ref. Expediente N° SD2025/0053359

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 4 de junio de 2025, MARCAS AGROTECNOLÓGICAS, SOCIEDAD ANÓNIMA, solicitó el registro de la Marca ENLASA ENERFLOR (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 1 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1070, 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 irreregistrabilidad 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 irreregistrabilidad 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

¹ 1: Fertilizantes; preparaciones fertilizantes; fertilizantes para uso agrícola; bioestimulantes en cuanto estimulantes para el crecimiento de las plantas; preparaciones para regular el crecimiento de las plantas; medios de cultivo, abonos y productos químicos destinados a la agricultura, horticultura y silvicultura; preparaciones biológicas para uso en la agricultura; productos químicos para uso agrícola, excepto fungicidas, herbicidas, insecticidas y parasiticidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0053359

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², 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	EverFlor	EVERFLOR ECUADOR S.A.	13209790	9	1, 5	Marca	Registrada	30/04/2034
Nominativa	EVERFLOR	EVERFLOR ECUADOR S.A.	12136585	9	5	Marca	Registrada	28/12/2032
Nominativa	EVERFLOR	EVERFLOR ECUADOR S.A.	00098255	7	1	Marca	Registrada	17/06/2032

Los signos a comparar son los siguientes:

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.

•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° SD2025/0053359

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 EVERFLOR, EVERFLOR

Jurisprudencia

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, 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”.

Así mismo 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



Ref. Expediente N° SD2025/0053359

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al analizar en conjunto las denominaciones “ENLASA ENERFLOR” (signo solicitado) y la familia de marcas “EVERFLOR”, se advierte que presentan similitudes relevantes desde el punto de vista fonético y ortográfico, las cuales resultan suficientes para generar un riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor.

En particular, por cuanto ambos signos comparten el elemento final “FLOR”, que constituye un componente relevante dentro de las denominaciones y que, al ser percibido de manera global, genera una sonoridad y una estructura gráfica similar. Así mismo, se evidencia que existe proximidad entre las expresiones “ENER” y “EVER”, en la medida en que presentan una estructura fonética y ortográfica similar, compuesta por un número equivalente de sílabas y una pronunciación cercana, lo que puede generar una percepción auditiva semejante en el consumidor. Dicha proximidad se acentúa al encontrarse ambas expresiones integradas dentro de signos que comparten, además, el elemento común “FLOR”.

En este contexto, el consumidor medio, que no realiza un análisis detallado de las marcas, sino que se guía por una apreciación global e imperfecta, podría no advertir claramente las diferencias entre “ENERFLOR” y “EVERFLOR”, asociándolas a un mismo origen empresarial o a una posible relación económica entre sus titulares, lo que refuerza el riesgo de confusión o de asociación indebida entre los signos enfrentados.

Si bien el signo solicitado incorpora la expresión “ENLASA” junto con un componente gráfico, dichas adiciones no resultan suficientes para neutralizar la coincidencia principal ni para generar una impresión global claramente diferenciadora entre los signos comparados. En consecuencia, las similitudes advertidas son susceptibles de inducir a error al consumidor, quien podría asociar los signos a un mismo origen empresarial o entender el signo solicitado como una variante, una nueva línea o extensión de la familia de marcas previamente registrada.

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 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

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° SD2025/0053359

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 1: Fertilizantes; preparaciones fertilizantes; fertilizantes para uso agrícola; bioestimulantes en cuanto estimulantes para el crecimiento de las plantas; preparaciones para regular el crecimiento de las plantas; medios de cultivo, abonos y productos químicos destinados a la agricultura, horticultura y silvicultura; preparaciones biológicas para uso en la agricultura; productos químicos para uso agrícola, excepto fungicidas, herbicidas, insecticidas y parasiticidas.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Productos
13209790	Clase 1: <u>Productos químicos utilizados para la agricultura, la horticultura y la floricultura</u> ; <u>fertilizantes</u> naturales y artificiales; conservantes para flores; nutrientes para plantas y flores naturales, incluidas flores cortadas; productos para brillar hojas (leafshine). Clase 5: Desinfectantes para la horticultura y la floricultura; fungicidas; herbicidas; bactericidas.
12136585	Clase 5: Productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.
00098255	Clase 1: Productos de la clase 1.

Conexidad competitiva entre los productos del signo pretendido y los de las marcas registradas en la clase 1- (Intercambiabilidad - identidad)

Esta Dirección encuentra que, existe una relación de conexidad derivada de la intercambiabilidad que podría presentarse en el consumidor al encontrar ambos signos en el mercado, pues en este caso en particular, no hay duda de la relación existente entre los productos que se identifican o se pretenden identificar en la clase 1 de la nomenclatura internacional, atendiendo a su naturaleza y finalidad.

Lo anterior, en la medida en que se trata de *“productos químicos utilizados para la agricultura y la horticultura, así como fertilizantes, entre otros”*, los cuales satisfacen una misma necesidad y se dirigen a un mismo público consumidor. En ese sentido, resulta evidente que los productos distinguidos por las marcas registradas podrían ser sustituidos por aquellos que pretende distinguir la marca solicitada, dada su finalidad común y su identidad funcional.

Finalmente, considerando el tipo de establecimientos en los que se ponen a disposición los productos, así como la forma en que estos se ofrecen al consumidor, resulta evidente la existencia de una relación de conexidad entre los mismos. En efecto, los productos químicos para uso agrícola y hortícola, incluidos fertilizantes, suelen comercializarse a través de los mismos canales de venta, tales como agro tiendas, almacenes especializados en insumos agrícolas, distribuidores mayoristas del sector agropecuario y cooperativas agrícolas, e incluso mediante plataformas de comercialización directa. En dichos establecimientos, los productos se exhiben de manera conjunta o en secciones equivalentes, dirigidos a un mismo público consumidor, lo que incrementa la probabilidad de que el consumidor asuma

Ref. Expediente N° SD2025/0053359

erróneamente que los productos identificados por ambos signos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas.

Conexión competitiva entre los productos de la marca registrada en la clase 5 y los productos de la marca solicitada en la clase 1 (Complementariedad Razonabilidad)

Conforme al criterio de razonabilidad, se considera que existe conexión competitiva cuando el consumidor, atendiendo a la realidad del mercado, podría asumir de manera razonable que los productos en cuestión provienen del mismo origen empresarial. Este supuesto se configura en el presente caso, en tanto el consumidor podría establecer una relación directa entre los productos amparados por la marca registrada que ampara *“productos para eliminar animales dañinos; fungicidas y herbicidas”* y aquellos que pretende distinguir el signo solicitado, consistentes en *“fertilizantes y preparaciones fertilizantes; bioestimulantes; reguladores del crecimiento vegetal; medios de cultivo, abonos y diversos productos químicos destinados a la agricultura, horticultura y silvicultura, así como preparaciones biológicas para uso agrícola”*.

En efecto, se trata de insumos agrícolas estrechamente vinculados, destinados al manejo, protección y optimización de los cultivos, que suelen ser comercializados a través de los mismos canales especializados, dirigidos a un mismo público consumidor y, en muchos casos, utilizados de manera complementaria o alternativa dentro de una misma actividad productiva, lo que permite al consumidor asumir razonablemente que provienen de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas.

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 ENLASA ENERFLOR (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 1 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por MARCAS AGROTECNOLÓGICAS, SOCIEDAD ANÓNIMA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a MARCAS AGROTECNOLÓGICAS, SOCIEDAD ANÓNIMA, 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.

⁵ 1: Fertilizantes; preparaciones fertilizantes; fertilizantes para uso agrícola; bioestimulantes en cuanto estimulantes para el crecimiento de las plantas; preparaciones para regular el crecimiento de las plantas; medios de cultivo, abonos y productos químicos destinados a la agricultura, horticultura y silvicultura; preparaciones biológicas para uso en la agricultura; productos químicos para uso agrícola, excepto fungicidas, herbicidas, insecticidas y parasiticidas.

Resolución N° 999

Ref. Expediente N° SD2025/0053359

Notifíquese y Cúmplase.

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



**DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**