

María Carolina Moisés Mora
Abogada

Bogotá D.C., 14 de enero de 2026.

Doctora

Pilar María Goyeneche Carvajal

Superintendente delegada para la Propiedad Industrial

Superintendencia de Industria y Comercio

Ciudad

Referencia: Recurso de apelación contra la Resolución No. 98528 del 26 de noviembre de 2025. Expediente: SD2025/0073036; Marca: **BARCO DE PAPEL**; Tipo: Mixta; Clase: 25 de la C.I. de Niza.

María Carolina Moisés Mora, mayor de edad y vecina de esta ciudad, identificada con la cédula de ciudadanía número 60.376.736 de Cúcuta, abogada titulada, portadora de la Tarjeta Profesional número 113.920 del Consejo Superior de la Judicatura, obrando en mi condición de apoderada de la sociedad **Nanoval S.A.S.**, y estando dentro de la oportunidad legal, interpongo recurso de apelación contra la Resolución 98528 del 26 de noviembre de 2025, a fin de que se revoque y se ordene el registro de la marca **BARCO DE PAPEL** para distinguir productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, con base en los siguientes hechos y considerandos:

I. Hechos.

1. Mediante escrito presentado el 23 de julio de 2025, mi representada, la sociedad **Nanoval S.A.S.**, solicitó el registro de la marca mixta **BARCO DE PAPEL** para identificar productos de la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza.
2. Publicado el extracto en la Gaceta de Propiedad Industrial número 1075, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.
3. El **Director de Signos Distintivos** de la **Superintendencia de Industria y Comercio** negó el registro de la marca pretendida para los productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, por

María Carolina Moisés Mora

Abogada

considerar que es similar a las marcas **PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO** registradas en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza.

II. Considerandos.

La **Superintendencia de Industria y Comercio** afirma, en la Resolución recurrida, que no es posible acceder a la solicitud de registro de la marca **BARCO DE PAPEL**, solicitada por mi poderdante, debido a que, en su opinión, es similar a las marcas **PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO** en un grado que causa confusión. A mi modo de ver las cosas, dicha afirmación, carece de fundamento, por las siguientes consideraciones:

1. La marca BARCO DE PAPEL, desde el punto de vista ortográfico, fonético y gráfico, es ostensiblemente disímil de las marcas PAPEL Y PAPEL DE PUNTO, dada la naturaleza genérica del término “PAPEL”.

1.1. La Genericidad del término “PAPEL”.

En lo referente a la genericidad de los productos, la doctrina ha establecido que «la genericidad de un término, se determina, en definitiva, por su **uso común aplicado a un producto y no por su significación gramatical**. Hay términos que se han convertido en genéricos frente a un tipo o clase de productos, en un lugar o espacio geográfico dado, aunque no sea esa la calificación gramatical»¹. «La denominación genérica determina el género del objeto que identifica; no se puede otorgar a ninguna persona el derecho exclusivo sobre la utilización de esa palabra, ya que se creería una posición de ventaja injusta frente a otros empresarios. La genericidad de un signo, debe ser apreciada en relación directa con los productos o servicios de que se trate»².

«El Tribunal, al referirse al signo genérico, o al signo conformado por palabras o partículas genéricas, ha sostenido que la dimensión genérica de un signo debe apreciarse en concreto, “según el criterio de los consumidores y la relación del signo con el producto que pretende distinguir, considerando las características de éste y el nomenclátor de que haga parte”, teniendo presente

¹ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso No. 27-IP-97*, sentencia del 22 de junio de 1998. Subrayado y negrilla fuera de texto. En igual sentido puede verse a **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 58 – IP – 2015*. Sentencia del 9 de septiembre de 2015; **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 085-IP-2008*, sentencia del 27 de agosto de 2008; **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**; y **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 134-IP-2006*, sentencia del 4 de octubre de 2006.

² **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 10-IP-2017*, Sentencia del 21 de septiembre de 2017. Página 14 numeral 4.3.

María Carolina Moisés Mora

Abogada

que una o varias palabras podrán ser genéricas en relación con un tipo de productos o servicios, pero no en relación con otros. Además, “la dimensión genérica de tales palabras puede desaparecer si, al hacerse parte de un conjunto, adquieren significado propio y fuerza distintiva suficiente para ser registradas como marca”. (Proceso 17-IP-2003, publicado en la G.O.A.C. 917 de 10 de abril de 2003, marca: TUBERÍAS Y PREFABRICADOS DE CONCRETO TUBESA S.A.). Al respecto, el Tribunal ha expresado, “(...) para fijar la genericidad de los signos es necesario preguntarse ¿Qué es?, frente al producto o servicio de que se trata”, por cuanto si la respuesta emerge exclusivamente de la denominación genérica, ésta no será lo suficientemente distintiva en relación a dicho producto o servicio, no pudiendo, por tanto, ser registrada como marca. (Proceso 7-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. N° 661, de 11 de abril de 2001, marca: LASER). **Al momento de realizar el correspondiente examen de registrabilidad no deben tomarse en cuenta los elementos genéricos, a efectos de determinar si existe confusión;** ésta es una excepción al principio de que el cotejo de las marcas debe realizarse atendiendo a una simple visión de los signos que se enfrentan. En el caso de los elementos genéricos, la distintividad se busca en el elemento diferente que integra el signo [...]»³.

Sobre este particular, la doctrina ha señalado que: **«Existe una tendencia generalizada a incluir en las marcas radicales o terminaciones, y hasta dibujos, que de alguna manera evoquen características del producto que van a distinguir.** También es común que distintos fabricantes elijan una misma radical o una misma terminación porque simplemente hace más atractiva su marca. Aquéllas por ser evocativas, y éstas cuando su uso es generalizado, hacen de dichas partículas elementos de uso común» y que «Por ello, el Tribunal ha decidido que la distintividad, **en las marcas que contienen prefijos de uso común, deberá fundamentarse en las desinencias o sufijos que los acompañen**»⁴.

En el caso que demanda nuestra atención observamos, sin lugar a dudas, que el término **PAPEL**, no le es extraño a los consumidores de productos de prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería. La denominación **PAPEL**, en la clase 25 de la clasificación internacional de Niza, **es genérico e inapropiable** y por ello «nadie, en efecto, **puede monopolizar una raíz genérica, debiendo tolerar que otras marcas la incluyan, aunque podrán exigir para que las desinencias u otros componentes del conjunto marcarios sirvan para distinguirlo claramente del otro**»⁵; y «el titular de una marca con un

³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 388 – IP – 2015, sentencia del 25 de febrero de 2016. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 096-IP-2010, sentencia del 6 de septiembre 2010. Subrayado y negrilla fuera de texto.

⁴ Otamendi, Jorge. *Derecho de Marcas*, Buenos Aires, Editorial Abeledo Perrot, 2002, pp. 183 y ss. Subrayado y negrilla fuera de texto.

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 10-IP-2017, Sentencia del 21 de septiembre de 2017 página 16

María Carolina Moisés Mora **Abogada**

elemento de uso común sabe que tendrá que coexistir con las marcas anteriores y con las que se han de solicitar en el futuro. Esta realidad, necesariamente, tendrá efectos sobre el criterio que se aplique en el cotejo, por ello se ha dicho que esos elementos de uso común son necesariamente débiles y que los cotejos entre marcas que los contengan deben ser efectuados con criterio benevolente»⁶.

No podría entregarse la propiedad exclusiva de la expresión genérica **PAPEL**, a una sola persona para que las use en una marca que identifique productos de la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, dado que ello colocaría en desventaja a los demás comerciantes que quieran utilizarlas en sus marcas dentro de la clase 25. Si así no fuera, la **Superintendencia de Industria y Comercio**, no hubiese otorgado, para identificar dichos productos, las siguientes marcas:

Número de caso	Caso Título	Vigencia	Estado del Caso	Titular	Descripción de Productos y Servicios
----------------	-------------	----------	-----------------	---------	--------------------------------------

numeral 5.7. y Proceso 19 – IP – 2014, sentencia del 9 de mayo de 2014, citando a **Bertone, Luis Eduardo y Cabanellas de Las Cuevas, Guillermo**. “Derecho de Marcas”, Tomo II, págs. 78 y 79. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**. Proceso No. 126-IP-2009, sentencia del 20 de enero de 2010. Proceso No. 29-IP-2005, sentencia del 20 de abril de 2005. Subrayado, mayúsculas y negrillas fuera de texto. En igual sentido puede verse a **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**. Proceso No. 174-IP-2006, sentencia del 4 de diciembre de 2006; Proceso No. 168-IP-2006, sentencia del 30 de noviembre de 2006; Proceso No. 126-IP-2006, sentencia del 6 de septiembre de 2006.

⁶ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, Proceso 58 – IP – 2015. En el Proceso 10-IP-2017, Sentencia del 21 de septiembre de 2017, el Tribunal indica que: El titular de dicha marca no puede impedir que las expresiones de uso común puedan ser utilizadas por los otros empresarios. Esto quiere decir que su marca es débil porque tiene una fuerza limitada de oposición, ya que las palabras de uso común se deben excluir del cotejo marcario.

María Carolina Moisés Mora
Abogada

SD2018/0044753	LA CASA DE PAPEL	11 ago. 2030	Registrada	Netflix Studios, LLC, 5808 W. Sunset Blvd., LOS ANGELES, CALIFORNIA 90028, US	9, 16, 25 , 28, 41
--------------------------------	---------------------	-----------------	------------	---	------------------------------

María Carolina Moisés Mora
Abogada

<u>SD2019/0055246</u>	LA CASA DE PAPEL	02 jun. 2030	Registrada	Netflix Studios, LLC, 5808 W. Sunset Blvd., LOS ANGELES, CALIFORNIA 90028, US	16, 25 , 28
---------------------------------------	---------------------	-----------------	------------	---	--------------------

María Carolina Moisés Mora
Abogada

<u>SD2019/0089318</u>	LA CASA DE PAPEL	03 ago. 2030	Registrada	Netflix Studios, LLC, 5808 W. Sunset Blvd., LOS ANGELES, CALIFORNIA 90028, US	9, 16, 18, 25 , 28, 41
<u>SD2022/0029817</u>	PAPELTEX MEDELLIN	01 nov. 2032	Registrada	ELKIN SANTIAGO RAMIREZ ZULUAGA, SIN ESTABLECER , MEDELLIN, ANTIOQUIA, CO	25 , 35

María Carolina Moisés Mora
Abogada

SD2023/0057413	PAPEL	31 oct. 2034	Registrada	PAPEL EN BLANCO S A S, CRA 13 # 152 35 AP. 706D2, BOGOTÁ, D.C., CO	25
SD2024/0062306	kamaleon de papel		Bajo Examen de Fondo	catalina posada, calle 42b sur # 52b 10, BOGOTA, CUNDINAMARCA 111621, CO	25

María Carolina Moisés Mora
Abogada

SD2024/0126982	papel maché records		Bajo Examen de Fondo	ALEJANDRO RINCON BURAYE, CALLE 116 #02 -80 CASA 9, BOGOTÁ, D.C., CO	9, 25 , 35, 41
--------------------------------	---------------------------	--	----------------------------	--	-----------------------

Dentro de la clase 25 de la C.I. de Niza, la expresión **PAPEL**, es genérica tal y como acabamos de demostrar. Recuérdese, como bien lo ha anotado el **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina** en reiteradas oportunidades, que «la genericidad de un término se determina, en definitiva, por su **uso común aplicado a un producto y no por su significación gramatical**. Hay términos que se han convertido en genéricos frente a un tipo o clase de productos, en un lugar o espacio geográfico dado, aunque no sea esa la calificación gramatical»⁷. Por tanto, debe prescindirse de ellos al momento de realizar el respectivo cotejo

⁷ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, Proceso No. 27-IP-97, sentencia del 22 de junio de 1998. En igual sentido puede verse Proceso 85-IP-2008, sentencia del 27 de Agosto de 2008. Proceso 134-IP-2006, sentencia del 4 de octubre de 2006.

María Carolina Moisés Mora

Abogada

marcario.

Ahora bien, el creador de la marca conforme a lo indicado por el **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina** puede utilizar elementos, tales como, «palabras, prefijos o sufijos, raíces o terminaciones, que individualmente consideradas pueden estimarse como expresiones descriptivas, genéricas o de uso común, por lo que no pueden ser objeto de monopolio o dominio absoluto por persona alguna. »⁸

De lo anterior se colige que la denominación **PAPEL** es reiterativamente incorporada en diversas marcas que se encuentran comprendidas en la Clase 25 C.I. de Niza, convirtiéndose en **una partícula de uso común** por lo que aquella, en la conformación de una marca, no será determinante para establecer la semejanza respecto a otros signos que también lo empleen.

De igual modo, el derecho de exclusiva de la opositora **no** recae sobre la expresión **PAPEL** aisladamente considerada y es su obligación, como la de los demás titulares de las marcas que incluyen el vocablo **PAPEL**, tolerar el uso que de éste hagan terceros.

Sobre lo anterior, la **Superintendencia de Industria y Comercio** en la Resolución 44038 del 31 de octubre de 2008 dijo lo siguiente:

«Al dar aplicación a los criterios antes expuestos, esta oficina considera que entre el signo solicitado **CLAVUKEM** (nominativa) y la marca opositora **CLAVUTEC** (mixta), no se presentan similitudes susceptibles de generar confusión o de inducir a error al público consumidor en tanto la única similitud que presentan consiste en una expresión inapropiable, esto es la partícula **CLAV** o **CLAVU**, pues tratándose de productos farmacéuticos puede resultar evocativa de la sustancia química CLAVULANATO, la cual es un “*Medicamento que se usa para tratar infecciones bacterianas. Al agregar la sustancia química clavulanato de potasio al antibiótico amoxicilina, aumenta la cantidad de tiempo durante el que el antibiótico permanece activo en el cuerpo. La amoxicilina-clavulanato de potasio es un tipo de antibiótico combinado. También se llama Augmentin*”, por lo cual es de uso necesario y frecuente para distinguir productos de la clase 5, sin que sea posible excluir de su uso a otros agentes económicos por lo que resulta improcedente fundamentar la oposición en esa única coincidencia.

⁸ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**. Proceso 386-IP-2015, sentencia del 7 de diciembre de 2015. Página 15 numeral 18. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**. Proceso 93-IP-2015, Interpretación prejudicial de los artículos 134 literales a), b) y g) y 135 literales b) y g) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina; con fundamento en la consulta solicitada por la Sección Primera de la Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado, República de Colombia. Actor: ROCA SANITARIO S.A. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**. Proceso 38-IP-2013, sentencia del 8 de mayo de 2013.

María Carolina Moisés Mora

Abogada

Así pues, dejando de la expresión inapropiable, sin que ello implique un fraccionamiento de los signos, se observa que éstos son distintos, pues las expresiones **KEM** y **TEC**, con las que se conjuga la partícula común, son gramatical y fonéticamente distintas. Se observa que la secuencia de las consonantes en cada caso es disímil (K-M) y (T-C), generándose así fonemas distintos, en el caso del signo solicitado la M da a la marca un sonido final nasal y labial mientras que la C da al signo registrado un sonido final fricativo interdental y sordo. Así mismo, los signos en conflicto dan una impresión general distinta en tanto la marca registrada cuenta con elementos gráficos mientras que el signo solicitado es nominativo.»

Como se observa, se trata de la misma situación de hecho, puesto que si se deja a un lado la expresión genérica **PAPEL** y el estudio se hace sobre los demás elementos, es decir, **BARCO DE** y **DE PUNTO**, es evidente que ambas expresiones son gramatical y fonéticamente distintas.

1.2. El examen comparativo entre dos marcas debe adelantarse prescindiendo de los elementos genéricos que tienen en común. En el caso de las marcas BARCO DE PAPEL / PAPEL y PAPEL DE PUNTO debe prescindirse, en consecuencia, al momento de realizar el mencionado examen comparativo, del término genérico PAPEL, y adelantarse sobre sus demás elementos, vale decir, BARCO DE y DE PUNTO y los elementos gráficos de cada uno. Ello conducirá a afirmar que no hay riesgo de confusión entre las marcas bajo estudio, debido a la evidente disimilitud fonética, auditiva y gráfica existente entre los mencionados elementos restantes.

Conforme a la doctrina y jurisprudencia los prefijos, sufijos, raíces o terminaciones genéricas no deben tenerse en cuenta para establecer el parecido. **«Cuando dos marcas tienen en común ese tipo de elementos genéricos, el examen comparativo ha de prescindir de ellos, practicándose únicamente respecto a los demás** (sentencia de la misma Sala 4a. de 4 de febrero de 1.974, que reitera doctrina ya sentada con anterioridad)⁹. El derecho de uso exclusivo del que goza el titular de la marca, descarta que partículas, prefijos o sufijos, necesarios o usuales pertenecientes al dominio público, puedan ser utilizados únicamente por un titular marcario, porque al ser esos vocablos usuales, no se puede impedir que el público en general los siga utilizando. «La exclusión de los componentes genéricos dentro de la comparación de las marcas denominativas tiene su razón de ser: tales componentes no son apropiables en exclusiva y nadie puede pretender desplazar con el registro de esos nombres a otros comerciantes

⁹ Bayloz Carroza, **Hermenegildo.**, Ob. Cit., Página 854. Subrayado, resaltado y mayúsculas fuera de texto.

María Carolina Moisés Mora

Abogada

interesados en el uso de ese vocablo. Además si el consumidor va a asociar el término genérico con el producto en sí mismo y no con el origen empresarial ese término no cumple ninguna función marcaria. En estos casos el examen de registro marcario ha de realizarse prescindiendo de esos términos y analizando en su globalidad el resto del signo, que deberá en todo caso en su conjunto, mantener la fuerza distintiva que requiere el signo para el registro. De esta forma se cumplirá a cabalidad el objetivo que este persigue al examinar una marca, cual es, determinar la impresión general que el signo produce en la mente del consumidor»¹⁰.

El **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina** afirmó: «[...] al efectuar el examen de registrabilidad no deben tomarse en cuenta las palabras de uso común. Ésta es una excepción al principio de que el cotejo de las marcas debe realizarse atendiendo a una simple visión de los signos que se enfrentan, donde el todo prevalece sobre sus componentes. [...] La exclusividad del uso que confiere el derecho obtener a través del registro de marcas descarta que palabras de uso común que pertenecen al dominio público, puedan ser utilizados únicamente por un titular marcario, porque al ser esos vocablos usuales, no se puede impedir que el público en general los siga utilizando. Hacerlo constituirá un monopolio de uso de palabras necesarias en beneficio de unos pocos»¹¹.

En este sentido, el **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina** manifestó: «Los signos confrontados se refieren a las denominaciones **AMOXIGA** y **AMOXIL**, los que tienen en común el prefijo **AMOXI**. El juez consultante en su resolución analizará si las terminaciones **GA** y **L**, respectivamente, tienen una característica propia que les pueda hacer a cada uno de ellos distintivo a los productos que cubren»¹² y «El juez consultante estimará si entre los signos confrontados – **AMOXIL** y **AMOXIGA** – existen diferencias sustanciales que eliminen o disminuyan las semejanzas, evitando de este modo la confusión, es decir, si el signo posteriormente solicitado puede coexistir con el solicitado en primer lugar. Apreciará, además, **si no existe ninguna similitud ortográfica entre los elementos materia de examen**, es decir entre **GA** y **L**, y si en la pronunciación de ambos signos la fonética puede o no llevar a que al solicitar o escuchar los dos signos, pueda el consumidor distinguir las expresiones gramaticales evitando la confusión por las evocaciones de orden sonoro que por

¹⁰ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**. *Proceso No. 21-IP-98*, sentencia del 22 de diciembre de 1.998. En igual sentido puede verse *Proceso No. 191-IP-2006*, sentencia del 4 de diciembre de 2006; *Proceso No. 182-IP-2006*, sentencia del 4 de diciembre de 2006; *Proceso No. 174-IP-2006*, sentencia del 4 de diciembre de 2006; *Proceso No. 168-IP-2006*, sentencia del 30 de noviembre de 2006; *Proceso No. 126-IP-2006*, sentencia del 9 de septiembre de 2006; *Proceso 10-IP-2017*, Sentencia del 21 de septiembre de 2017.

¹¹ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 10-IP-2017*, Sentencia del 21 de septiembre de 2017. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 58-IP-2015*. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 111-IP-2008*, Sentencia del once de febrero de dos mil nueve. En igual sentido puede verse: **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 109-IP-2010*, Sentencia del catorce de octubre de dos mil diez. *Proceso N° 174-IP-2006*, sentencia del 4 de diciembre de 2006.

¹² **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 68-IP-2001*, sentencia del 30 de enero del 2002.

María Carolina Moisés Mora

Abogada

su pronunciación se emitan»¹³⁻¹⁴ (Subrayado y negrillas fuera de texto). El **Consejo de Estado**, denegó las pretensiones de la demanda, al excluir del examen comparativo de las marcas **AMOXIL** y **AMOXIGA** el término **AMOXI**, por considerarlo genérico al hacer directa alusión al principio activo **AMOXICILINA**, y centrarlo sobre la **L** de **AMOXIL** y **GA** de **AMOXIGA**, con lo cual concluyó que no había riesgo de confusión alguno. ^{15/16}

Y dicho organismo jurisdiccional, decidiendo la acción de nulidad interpuesta por el titular de la marca **ISODINE** contra el acto administrativo mediante el cual se concedió la marca **YODODINE**, expresó: «En el presente caso, la partícula DINE, como bien lo anota la sociedad que actúa como tercero interviniente, es una expresión de uso común. En efecto, son múltiples las marcas farmacéuticas que la emplean, entre las cuales se pueden citar **NADINE**, **SERVINADINE**, **SELLODINE**, **SKIDINE**, **FREEDINE**, **OMADINE**, **NEODINE**, **BRANTERFEDINE**, **BACTRODINE**, **POVIDINE**, **PRESADINE**, **VIRUDINE**, **BACCIDINE**, **HYDRODINE**, **NTISEDINE**, **OMADINE**, **METODINE**, **BETAIODINE**, **HEXOMEDINE**, **HAPADINE**, **DESIDINE** MK, **AZULFIDINE**, **ILOMEDINE**, **IOPIDINE**, **DOXIDINE**, **ALERDINE**, **ALVODINE** y **AZULFIDDINE**, entre otras marcas»¹⁷. A tal efecto agregó el fallo que «La partícula DINE no es pues apropiable con carácter exclusivo, lo cual explica que haya sido comúnmente empleada en la formación de las marcas farmacéuticas antes relacionadas. Por lo expuesto, la empresa demandante, como titular que es de la marca **ISODINE**, debe soportar la existencia de otras marcas que la empleen a manera de prefijo o de sufijo, a condición de que el conjunto resultante de su combinación con

¹³ **Ibíd.**

¹⁴ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 58 – IP – 2015. Confrontación marcas VELOCEF y VELOMED** «El **Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual –INDECOPI-** de la República del Perú, en su contestación a la demanda, expresa, en lo principal, los siguientes argumentos:

- Enuncia que para que exista riesgo de confusión los signos deben guardar tal semejanza que haga que su coexistencia en el mercado pueda inducir a error en el público consumidor.
- Afirma que a pesar de que las marcas compartan algunas letras en común no permiten llegar a la conclusión de que exista similitud entre las marcas al punto de provocar confusión a los consumidores toda vez que se debe analizar la impresión que en conjunto generan los signos en el consumidor.
- Indica que resulta relevante mencionar que si bien los signos confrontados coinciden en el uso de la inicial VELO, esto de ninguna manera puede determinar su semejanza pues ésta es de uso frecuente en la conformación de marcas registradas para distinguir productos de la Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza.
- Señala que ninguna persona tiene la exclusividad para el uso de la partícula VELO, por lo que ésta no puede resultar determinante para establecer semejanzas entre signos que pretenden distinguir productos de la Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza.»

¹⁵ Sentencia de la Sección Cuarta del 23-5-2002.

¹⁶ Esta línea jurisprudencial la ha mantenido el **Consejo de Estado** de Colombia en sentencias del 27-4-2006 (Exp. 7145, C. P. Camilo Arciniegas Andrade); 8-5-2006 (Radicación número: 11001-03-24-000-2001-00191-01(7145. C. P. Camilo Arciniegas Andrade); 11-5-2006 (Expediente 8429, C. P. Martha Sofía Sanz Tobón); 16-11-2006 (Exp. 266, C. P. Gabriel Eduardo Mendoza Martelo); 10-5-2007 (Exp. 255. C. P. Camilo Arciniegas Andrade); 14-6-2007 (Exp. 231, C. P. Martha Sofía Sanz Tobón); 30 de agosto de 2007 (Exp. 185 C. P. Marco Antonio Velilla Moreno); 13-9-2007 (Exp. 349, C. P. Rafael E. Ostau De Lafont Pianeta); 13-9-2007 (Exp. 236 C. P. Marco Antonio Velilla Moreno); 15-11-2007 (Exp. 269 C. P. Camilo Arciniegas Andrade); 24-1-2008 (Exp. 105 C. P. Marco Antonio Velilla Moreno); 7-2-2008 (Exp. 182, C. P. Marco Antonio Velilla Moreno); 20-1-2011 (Radicación número: 11001-03-24-000-2006-00343-00 C. P. Marco Antonio Velilla Moreno); 20-1-2011 (Radicación número: 11001-03-24-000-2004-00127-01. C. P. Marco Antonio Velilla Moreno); y 9-6-2011 (Radicación No. 11001-03-24-000-2005-00105-01, C. P. Rafael E. Ostau De Lafont Pianeta), entre otras.

¹⁷ Sentencia de la Sección Cuarta del 9-6-2011.

María Carolina Moisés Mora

Abogada

otros elementos sea novedoso, original y diferenciable de las marcas ya registradas. Por lo anterior, el titular de la marca **ISODINE** no puede impedir la inclusión de dicho sufijo en la marca **YODODINE** ni en otros signos farmacéuticos de terceros. La marca cuestionada, por su parte, además de contener la desinencia antes comentada, utiliza como raíz la palabra **YODO**, expresión que corresponde al principio activo del producto farmacéutico identificado con la marca **YODODINE**. Si se revisa la información que obra tanto en la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio como en el expediente, se advierte que el sufijo **YODO** es igualmente de uso común, por estar contenida en diferentes marcas de la Clase 5ª de la Clasificación Internacional, entre la cuales se pueden relacionar las siguientes: **YODOCLIN**, **YODODINE**, **YODOFAM**, **YODOFOX**, **YODOGEL**, **YODOGEN**, **YODOGROZ**, **YODOL**, **YODOLAND T.M.**, **YODOLITO**, **YODOCOLORATIO**, **YODOMAX**, **YODONOVA**, **YODOPIN**, **YODOPOVIL**, **YODOQUIF**, **YODOQUIVET**, **YODOSALIL**, **YODOSEDAN**, **YODOSEPT**, **YODOSILATO**, **YODOSOL**. Por todo lo anterior no puede ser reivindicada en exclusiva por ninguno de los titulares de las marcas que la contienen. Resulta pertinente anotar además, que el signo **YODODINE**, está conformado por dos expresiones de uso común **YODO** y **DINE**, que son débiles desde el punto de vista marcario. El conjunto marcario resultante de la conjunción de esos dos elementos en una sola palabra, es a juicio de la Sala totalmente distintivo y diferenciable de la marca opositora, desde el punto de vista estructural, ortográfico, fonético, visual y conceptual. El cotejo de las marcas **YODODINE** e **ISODINE** debe soslayar entonces el elemento común **DINE** y concentrarse en el cotejo de las partículas que son diferentes, representadas en este caso por las expresiones **YODO** e **ISO**. En ese orden de ideas, no es preciso realizar grandes disquisiciones para señalar que esos radicales son de suyo distintos y para colegir que su presencia en las marcas enfrentadas les imprime distintividad»¹⁸⁻¹⁹(Negrilla y subrayado fuera de texto).

Como consecuencia de lo anterior, es obvio que el estudio de registrabilidad con miras a determinar si es viable hablar de riesgo de confusión entre las marcas **BARCO DE PAPEL / PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO** debe adelantarse sobre los

¹⁸ Ídem

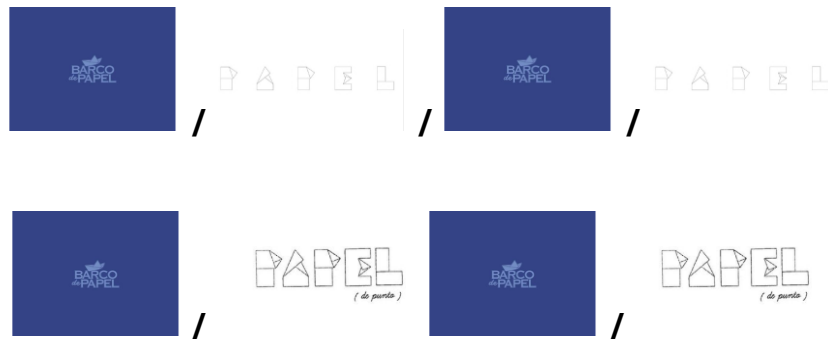
¹⁹ En esta misma vía encontramos el Proceso 403-IP-2015, sentencia del 7 de diciembre de 2015. Confrontación de las marcas CALMODOX y CALMIDOL: «La Superintendencia de Industria y Comercio contestó la demanda alegando lo siguiente: Que en el presente caso el cotejo comparativo se debe realizar sustrayendo de los signos la partícula "CALM", pues, en primer lugar ésta corresponde a la expresión evocativa de "calmante" que es uno de los productos pertenecientes a la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza; y además, resulta ser un término de uso común para identificar dichos productos. En ese sentido, el cotejo comparativo debe recaer única y exclusivamente en los elementos adicionales que conforman las marcas en disputa (CALMIDOL/CALMODOX). 3 Que las diferencias entre los signos son a simple vista observables, pues los elementos adicionales que acompañan a las partículas evocativas son suficientes para otorgarles la distintividad necesaria para que el consumidor pueda individualizar cada signo sin incurrir en confusión. Que desde el aspecto visual no existe riesgo de confundibilidad, pues las marcas en conflicto no comparten el mismo orden vocálico ni el mismo orden en sus consonantes y mucho menos en sus terminaciones, lo que sin lugar a dudas, hace que su pronunciación sea absolutamente dispar. Que en cuanto al aspecto ortográfico, es forzoso concluir que no existen similitudes o semejanzas capaces de generar confundibilidad entre las marcas en contienda, pues la cuestionada marca "CALM - ODOX" (denominativa) presenta una clara diferencia derivada de la disparidad en el orden en que se encuentran sus vocales así como su terminación, respecto del orden de las vocales y terminación de la marca "CALM - IDOL" (denominativa).»

María Carolina Moisés Mora

Abogada

demás elementos que conforman cada una de ellas²⁰, vale decir, **BARCO DE** de **BARCO DE PAPEL** y **DE PUNTO** de **PAPEL DE PUNTO** y los elementos gráficos de **BARCO DE PAPEL**, **PAPEL DE PUNTO** y **PAPEL**, lo cual conducirá a afirmar que no hay riesgo de confusión entre ellas dada la evidente disimilitud fonética, auditiva, gráfica e ideológica:

BARCO DE / DE PUNTO / BARCO DE / DE PUNTO
BARCO DE / DE PUNTO / BARCO DE / DE PUNTO
BARCO DE / DE PUNTO / BARCO DE / DE PUNTO



Como se puede observar, desde los aspectos auditivo, fonético y gráfico, las denominaciones son completamente diferentes. Lo anterior se debe a que “BARCO DE” no guarda relación alguna con “DE PUNTO”, pues ambas expresiones introducen ideas totalmente distintas. La marca de mi representada incorpora elementos figurativos alusivos a un barco, mientras que las otras dos marcas carecen de dicha representación, y además la disposición tipográfica y el diseño gráfico son disímiles. Asimismo, la marca de mi representada presenta un fondo azul, en contraste con las otras marcas que utilizan fondo blanco.

Desde el punto de vista ideológico, las marcas evocan conceptos completamente distintos, lo cual resulta relevante en el contexto de la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza. La expresión **BARCO DE PAPEL** transmite una idea lúdica y creativa, asociada a la imaginación y al diseño, reforzada por el elemento figurativo del barco, que aporta originalidad y diferenciación. Por el contrario, las marcas **PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO** no sugieren ninguna idea adicional; se trata de signos netamente genéricos que no evocan concepto alguno, limitándose a designar un material, sin aportar distintividad ni valor conceptual.

2. En el evento en que la Superintendencia de Industria y Comercio desestime los argumentos expuestos en el numeral anterior, es claro que las

²⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 10-IP-2017, Sentencia del 21 de septiembre de 2017.

María Carolina Moisés Mora

Abogada

expresiones BARCO DE PAPEL / PAPEL Y PAPEL DE PUNTO son disímiles gráfica, fonética, auditiva e ideológicamente entre sí. Por ello, es claro que el riesgo de confusión es inexistente.

2.1. A fin de determinar si dos marcas denominativas son susceptibles de ser confundidas deberá tenerse en cuenta su visión de conjunto.

A fin de determinar si dos marcas son susceptibles de ser confundidas, el **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina** ha dicho que: «en la comparación entre signos denominativos, sean simples o compuestos, el Tribunal ha manifestado que los signos deben ser observados en conjunto y con la totalidad de los elementos que lo integran, sin descomponer su unidad fonética y gráfica, teniendo en cuenta la totalidad de las sílabas y letras que forman los vocablos de las marcas en pugna, sin perjuicio de destacar aquellos elementos dotados de especial eficacia diferenciadora, atribuyendo menos valor a los que ofrezcan disminuyan dicha función. Para realizar esta labor, se considera que el Juez Consultante deberá tener presente que:

- I. Se considerarán semejantes las marcas comparadas cuando la sílaba tónica de las mismas ocupa la misma posición y es idéntica o muy difícil de distinguir.
- II. La sucesión de las vocales en el mismo orden habla a favor de la semejanza de las marcas comparadas porque la sucesión de vocales asume una importancia decisiva para fijar la sonoridad de una denominación.
- III. En el análisis de las marcas denominativas hay que tratar de encontrar la dimensión más característica de las denominaciones confrontadas: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor y determina, por lo mismo, la impresión general que la denominación va a suscitar en los consumidores.

El examen de los signos es atribución exclusiva del administrador o juez nacional, en su caso, quienes deben aplicar los criterios elaborados por la doctrina y recogidos por la jurisprudencia comunitaria para la comparación de todo tipo de marcas. El Tribunal ha resaltado que cuando un signo está compuesto por una palabra y se solicita su registro, entre los signos ya registrados y el requerido para registro, puede existir confusión dependiendo de las terminaciones, número de vocales, sufijos, prefijos, etc., por no haber elementos diferenciadores en dicha expresión, siempre en el entendido de que los productos a cubrirse sean los mismos. Al cotejar dos marcas denominativas, el examinador deberá someterlas a las reglas para la comparación marcaria, y prestará especial atención al criterio que señala que a los signos se les observará a través de una visión de conjunto, sin fraccionar sus elementos»²¹. **«En cuanto**

²¹ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 10-IP-2017*, Sentencia del 21 de septiembre de 2017. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, *Proceso 84-IP-2015*, 4 de febrero de 2016. **Tribunal de Justicia de la Comunidad**

María Carolina Moisés Mora

Abogada

al cotejo o comparación de marcas denominativas, deberá tenerse en cuenta la visión de conjunto, la totalidad de sus elementos integrantes, la unidad fonética y gráfica de los nombres, su estructura general y no las partes aisladas unas de otras, ni los elementos distinguibles en sus nombres, ya que por tratarse de estructuras lingüísticas deberá atenderse antes que nada a la unidad fonética. Debe evitarse, entonces, la disección o fraccionamiento de los nombres que se comparan, o el pretender examinarlos en sus detalles, ya que el consumidor medio no procede en tal forma. Por lo mismo, deberá ponerse atención preferente a los elementos caracterizantes de cada denominación de los cuales suele depender en la práctica la primera impresión o impacto que recibe ese consumidor medio ante el nombre que sirve de marca»²². «Es criterio de que **en la comparación de las marcas no procede aplicar criterios matemáticos.** Este criterio ulterior es proclamado entre otras, por la sentencia de la Sala Tercera del 15 de Marzo de 1.976. En la misma se dice que **la semejanza ha de surgir en cada caso concreto en visión de conjunto de las marcas en pugna, pero no siguiendo un criterio matemático de contar el número de letras o de sílabas que sean iguales o diferentes para admitir o no la incompatibilidad**».²³

«La regla esencial para determinar la confusión es el examen mediante una visión en conjunto del signo, para desprender cuál es la impresión general que el mismo deja en el consumidor, con base a un análisis ligero y simple de éstos, pues ésta es la forma común a la que recurre el consumidor para retenerlo y recordarlo, ya que en ningún caso se detiene a establecer en forma detallada las diferencias entre un signo y otro».²⁴

Efectuadas las consideraciones anteriores, en especial aquella referente a que la visión de conjunto y no el número de letras iguales o desiguales que existan entre ellas es el criterio que se utiliza para determinar si es posible que se presente una confusión por parte de los consumidores, y no sin antes advertir que es imposible pensar que en siquiera dos palabras, no existan las mismas

Andina, Proceso 58 – IP – 2015, Sentencia del 9 de septiembre de 2015; **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 096-IP-2010**, 6 de septiembre 2010; **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 089-IP-2010**, 25 de agosto de 2010; **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 093-IP-2010**, 25 de agosto de 2010.

²² **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 1-IP-87**. Sentencia del 3 de Diciembre de 1.987. Subrayado, mayúscula y negrilla fuera de texto. En igual sentido puede verse a **Proceso 70-IP-2005**. Sentencia del 21 de junio de 2005; **Proceso 83-IP-2005**. Sentencia del 15 de junio de 2005; **Proceso 63-IP-2005**. Sentencia del 1 de junio de 2005; **Proceso 56-IP-2005**. Sentencia del 1 de junio de 2005; **Proceso 1-IP-2005**. Sentencia del 9 de Marzo de 2005.

²³ **Fernández Novoa, Carlos**, *Fundamentos de Derecho de Marcas*, Industrias Gráficas España, página número 204. Subrayado, mayúscula y negrilla fuera de texto.

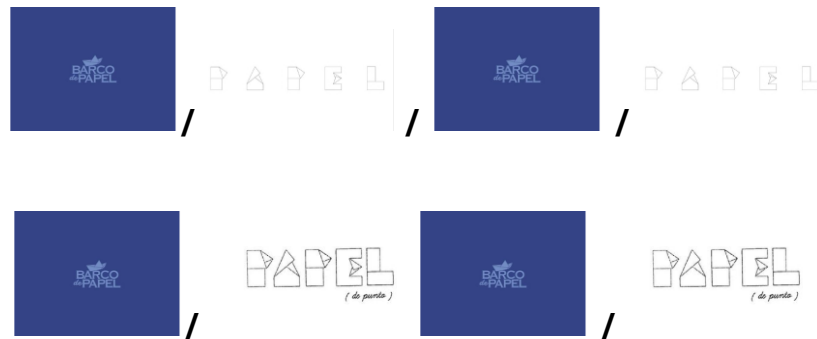
²⁴ **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 102-IP-2015**, 20 de julio de 2015 Página 9. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 122-IP-2010**, Sentencia del doce de enero de dos mil once. Marca: MIMO'S. En igual sentido puede verse a **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso No. 099-IP-2008**, Sentencia del diecinueve de noviembre de dos mil ocho. **Proceso N° 181-IP-2005**, sentencia del 19 de Octubre de 2005. **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 178-IP-2005**, sentencia del 19 de Octubre de 2005, **Proceso N° 165-IP-2005**, sentencia del 19 de Octubre de 2005, **Proceso N° 82-IP-2005**. Sentencia del 27 de Julio de 2005, **Proceso N° 47-IP-2005**. Sentencia del 8 de Junio de 2005, **Proceso 76-IP-2004**, Sentencia del 4 de Agosto de 2004, marca: ZURIT, citando al Proceso 18-IP-98, publicado en la G.O.A.C. N° 340 de 13 de mayo de 1998, marca: US TOP.

María Carolina Moisés Mora ***Abogada***

letras debido a que nuestro alfabeto está compuesto tan solo de 28 letras, tenemos, al adelantar el examen comparativo, los siguientes resultados:

a) Desde el punto de vista gráfico BARCO DE PAPEL / PAPEL y PAPEL DE PUNTO son marcas disímiles.

Basta con comparar cada una de las marcas para darse cuenta de ello.



BARCO DE PAPEL incluye un ícono distintivo (barco), mientras que **PAPEL DE PUNTO** y **PAPEL** son signos puramente denominativos, sin elementos gráficos relevantes. Esto genera una diferencia visual inmediata y significativa. El fondo azul y la composición centrada de **BARCO DE PAPEL** contrastan con la simplicidad de las otras marcas, que se presentan en tipografía básica sobre fondo neutro. El ícono del barco no solo diferencia visualmente, sino que refuerza la idea lúdica y creativa, mientras que **PAPEL DE PUNTO** y **PAPEL** evoca un material, sin apoyo gráfico relevante. Lo anterior, sin dejar de lado que la expresión “**PAPEL**” es genérica en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, lo que disminuye aún más su capacidad distintiva.

b) Desde el punto de vista fonético, teniendo en cuenta, sin vacilación alguna, como lo han hecho los estudiosos del tema, que cada una de las unidades fónicas que integran determinada lengua tienen unos rasgos distintivos que deben observarse al momento de producir el correspondiente sonido a fin de que puedan diferenciarse de las otras, la distintividad en el caso que nos ocupa es indiscutible. Al compararse las marcas **BARCO DE PAPEL / PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO** esta diferencia es evidente y está dada por el hecho de que la **fonetización de las expresiones que conforman la marca de mi poderdante es lo suficientemente disímil para otorgarle a la marca de mi representada la fuerza, distintividad y originalidad que la diferencia de la marca PAPEL Y PAPEL DE PUNTO.** En efecto:

María Carolina Moisés Mora

Abogada

- La pronunciación y sonido de la marca **BARCO DE PAPEL** dista de la de **PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO** y hace que éstas difieran, tal y como se desprende de los rasgos característicos de cada fonema y de la estructura silábica de las expresiones.

B-A-R-C-O- D-E -P-A-P-E-L	P-A-P-E-L	P-A-P-E-L- D-E- P-U-N-T-O
----------------------------------	------------------	----------------------------------

Sin lugar a dudas, fonéticamente las marcas son disímiles entre sí. Basta comprobarlo mediante la pronunciación de ambas en forma continua:

BARCO DE PAPEL / PAPEL / PAPEL DE PUNTO
BARCO DE PAPEL / PAPEL / PAPEL DE PUNTO
BARCO DE PAPEL / PAPEL / PAPEL DE PUNTO

c) Desde el punto de vista auditivo, el sonido que producen estas expresiones al oído humano, es muy distinto y por tanto ninguna similitud puede causarse entre las dos. Basta comprobarlo mediante la audición de ambas en forma continua:

BARCO DE PAPEL / PAPEL / PAPEL DE PUNTO
BARCO DE PAPEL / PAPEL / PAPEL DE PUNTO
BARCO DE PAPEL / PAPEL / PAPEL DE PUNTO

Sin lugar a dudas, auditivamente las marcas son disímiles entre sí, toda vez que la secuencia de fonemas, la acentuación y la estructura silábica de **BARCO DE PAPEL** difieren sustancialmente de las de **PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO**. Mientras la primera incorpora tres palabras con sonidos variados y acentos diferenciados, las otras se limitan a términos genéricos que comparten la raíz “**PAPEL**”, reduciendo su capacidad distintiva.

d) Desde el punto de vista ideológico la disimilitud no admite duda dado que La expresión **BARCO DE PAPEL** transmite una idea lúdica y creativa, asociada a la imaginación y al diseño, reforzada por el elemento figurativo del barco, que aporta originalidad y diferenciación. Por el contrario, las marcas **PAPEL** y **PAPEL DE PUNTO** no sugieren ninguna idea adicional; se trata de signos netamente genéricos que no evocan concepto alguno, limitándose a designar un material, sin aportar distintividad ni valor conceptual.

3. No hay riesgo de confusión por cuanto los signos confrontados son lo suficiente diferentes.

María Carolina Moisés Mora
Abogada

Con relación a los productos que identifica cada marca, manifiesto que, al no existir identidad entre los signos confrontados, no resultaría necesario realizar un estudio sobre los productos ya que las marcas pueden coexistir perfectamente en el mercado sin existir riesgo de confusión.

En consecuencia, al no existir ningún tipo de similitud entre los signos enfrentados desde el punto de vista gráfico, fonético e ideológico, no hay duda de que el signo distintivo **BARCO DE PAPEL** es completamente registrable.

III. Petitum.

En atención a lo anteriormente expuesto, solicito que se revoque la Resolución 98528 del 26 de noviembre de 2025, por medio de la cual se negó el registro de la marca **BARCO DE PAPEL** (mixta) en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, y que, como consecuencia de la anterior declaración, se conceda el registro de la marca **BARCO DE PAPEL** (mixta) a favor de la sociedad **Nanoval S.A.S.**

IV. Pruebas.

1. Documentales:

- 1.1.** Certificado de existencia y representación legal de la sociedad **Nanoval S.A.S.**
- 1.2.** Las existentes dentro del expediente administrativo SD2025/0073036.
- 1.3.** Poder otorgado a María Carolina Moisés Mora.

V. Anexos.

- 1.** Certificado de existencia y representación legal de la sociedad **Nanoval S.A.S.**
- 2.** Poder otorgado a María Carolina Moisés Mora.

María Carolina Moisés Mora
Abogada

Cordialmente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Carolina Moisés Mora', with a stylized flourish at the end.

María Carolina Moisés Mora

C.C. No. 60.376.736 de Cúcuta

T.P. 113.920 del Consejo Superior de la Judicatura.



Camara de Comercio de Cali
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL
Fecha expedición: 10/09/2025 08:11:23 am

Recibo No. 10129007, Valor: \$11.600

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825C7QZ9P

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social: NANOVAL SAS
Nit.: 900345373-8
Domicilio principal: Cali

MATRÍCULA

Matrícula No.: 786140-16
Fecha de matrícula en esta Cámara: 10 de marzo de 2010
Último año renovado: 2025
Fecha de renovación: 28 de marzo de 2025
Grupo NIIF: Grupo III.

UBICACIÓN

Dirección del domicilio principal: KR 1 # 58 - 41
Municipio: Cali - Valle
Correo electrónico: contabilidadnanoval@gmail.com
Teléfono comercial 1: 4890234
Teléfono comercial 2: No reportó
Teléfono comercial 3: No reportó

Dirección para notificación judicial: KR 1 # 58 - 41
Municipio: Cali - Valle
Correo electrónico de notificación: contabilidadnanoval@gmail.com
Teléfono para notificación 1: 4890234
Teléfono para notificación 2: No reportó
Teléfono para notificación 3: No reportó

La persona jurídica NANOVAL SAS SI autorizó recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Proceso y 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Recibo No. 10129007, Valor: \$11.600

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825C7QZ9P

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

CONSTITUCIÓN

Por documento privado del 12 de febrero de 2010 de Cali, inscrito en esta Cámara de Comercio el 10 de marzo de 2010 con el No. 2683 del Libro IX, se constituyó sociedad de naturaleza Comercial denominada NANOVAL SAS

TERMINO DE DURACIÓN

La persona Jurídica no se encuentra disuelta y su duración es : indefinido

OBJETO SOCIAL

Objeto social.- la sociedad tendrá como objeto principal la producción, importación y comercialización de todo tipo de bienes tangibles e intangibles, muebles e inmuebles; estos bienes incluyen, sin limitarse, productos de la industria alimenticia, cosmética, de elementos para el hogar, aseo, electrodomésticos, mecánicos, tecnológicos, utensilios y elementos de uso médico y/o veterinario. La empresa podrá desarrollar en el país o en el exterior con sus propios medios o con los terceros las actividades de corretaje, agencia comercial o naturaleza industrial, mercantil, inmobiliaria y financiera, estrictamente relacionadas con el desarrollo de su objeto social o con los que sean complementarios conexos o afines, siempre y cuando ello contribuya a desarrollar su actividad, con estricta observancia de las leyes nacionales o extranjeras y en concordancia con los estatutos de la empresa. En desarrollo de su objeto podrá negociar toda clase de títulos valores; celebrar toda clase de actos u operaciones civiles, comerciales, administrativas con personas naturales y/o jurídicas, sean éstas de derecho privado o de derecho público; efectuar operaciones de crédito, dando o recibiendo garantías personales o reales, inclusive hipotecarias; garantizar y/o avalar cualquier tipo de obligaciones de sus filiales o de terceros, domiciliados dentro o fuera del país, efectuar préstamos en dinero o en especie a sus socios girar, endosar, descontar instrumentos negociables, adquirir y negociar préstamos de cualquier índole, cédulas, bonos; adquirir y enajenar acciones y/o cuotas de interés de toda clase de sociedades con arreglo a la ley; incorporarse a los negocios de cualquier compañía, asociación o empresa que tengan o se propongan objetos sociales similares al de esta sociedad; adquirir, vender, fabricar, producir, construir, importar, exportar, distribuir, comercializar, usufructuar, gravar o limitar, dar o tomar en arrendamiento o a otro título, toda clase de bienes muebles o inmuebles; tomar dinero en mutuo, dar en garantía los bienes de la compañía o los de sus filiales, celebrar todas las operaciones financieras que le permitan obtener los fondos y otros activos necesarios para el desarrollo de la empresa; constituir, promover, formar, organizar y financiar toda clase de sociedades y vincularse a sociedades ya constituidas; tomar interés como partícipe asociada o accionista, fundadora o no, en otras compañías de objeto análogo o complementario al suyo; hacer aportes en dinero o en especie en tales sociedades, enajenar sus cuotas, derechos o acciones en ellas; asumir la realización de cualquier

Recibo No. 10129007, Valor: \$11.600

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825C7QZ9P

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

actividad de la industria farmacéutica o veterinaria; fusionarse con otras sociedades, absorberlas; adquirir patentes, nombres comerciales, marcas y demás derechos de propiedad industrial; adquirir u otorgar concesiones para sus explotación; adquirir y obtener medios de comunicación; prestar servicios de consultoría, tesorería, administración de personal, contabilidad, importación, comercialización y demás de naturaleza administrativa a sociedades de la industria farmacéutica; y en general celebrar o ejecutar toda clase de contratos, actos u operaciones, sobre bienes muebles o inmuebles, de carácter civil, comercial, industrial o financiero, que tengan relación con el objeto social señalado en este artículo y que sean necesarios o convenientes para el desarrollo de sus actividades o las de las empresas en que la sociedad tenga interés y todas aquellos y/o aquellas que tengan como finalidad ejercer los derechos y cumplir las obligaciones, legales o convencionalmente derivados de la existencia y de las actividades desarrolladas por la sociedad.

Duración: Indefinida.

CAPITAL

	CAPITAL AUTORIZADO
Valor:	\$172,974,000
No. de acciones:	172,974
Valor nominal:	\$1,000

	CAPITAL SUSCRITO
Valor:	\$172,974,000
No. de acciones:	172,974
Valor nominal:	\$1,000

	CAPITAL PAGADO
Valor:	\$172,974,000
No. de acciones:	172,974
Valor nominal:	\$1,000

REPRESENTACIÓN LEGAL

La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien tendrá un suplente, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Recibo No. 10129007, Valor: \$11.600

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825C7QZ9P

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

FACULTADES Y LIMITACIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL

Facultades del representante legal. La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal y en ausencia temporal y absoluta de éste por su suplente, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

NOMBRAMIENTOS

REPRESENTANTES LEGALES

Por documento privado del 12 de febrero de 2010, inscrito en esta Cámara de Comercio el 10 de marzo de 2010 con el No. 2683 del Libro IX, se designó a:

CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACIÓN
REPRESENTANTE LEGAL	LEONARDO VALLECILLA MARTINEZ	C.C.16652253

Por Acta No. 13 del 27 de octubre de 2020, de Asamblea General De Accionistas, inscrito en esta Cámara de Comercio el 03 de noviembre de 2020 con el No. 16329 del Libro IX, se designó a:

CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACIÓN
REPRESENTANTE LEGAL	MARIA FERNANDA WALTER MEJIA	C.C.29182219
SUPLENTE		

Por documento privado del 27 de septiembre de 2024 ,inscrito en esta Cámara de Comercio el 01 de octubre de 2024 con el No. 20255 del Libro IX , MARIA FERNANDA WALTER MEJIA, ,Presentó renuncia al cargo de REPRESENTANTE LEGAL SUPLENTE

REFORMAS DE ESTATUTOS

Los estatutos de la sociedad han sido reformados así:

DOCUMENTO

INSCRIPCIÓN

Recibo No. 10129007, Valor: \$11.600

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825C7QZ9P

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

ACT 10 del 19/12/2018 de Asamblea De Accionistas	20937 de 31/12/2018 Libro IX
ACT 14 del 30/06/2020 de Asamblea De Accionistas	208 de 07/01/2021 Libro IX

RECURSOS CONTRA LOS ACTOS DE INSCRIPCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y la Ley 962 de 2005, los actos administrativos de registro, quedan en firme dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de recursos. Para estos efectos, se informa que para la Cámara de Comercio de Cali, los sábados NO son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los actos administrativos recurridos quedan en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé el artículo 79 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

A la fecha y hora de expedición de este certifica, NO se encuentra en trámite ningún recurso.

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS - CIIU

Actividad principal Código CIIU: 4690

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO

A nombre de la persona jurídica figura(n) matriculado(s) en la Cámara de Comercio de Cali el(los) siguiente(s) establecimiento(s) de comercio/sucursal(es) o agencia(s):

Nombre:	NANOVAL SAS
Matrícula No.:	786141-2
Fecha de matricula:	10 de marzo de 2010
Ultimo año renovado:	2025
Categoría:	Establecimiento de comercio
Dirección:	K 1 58 41
Municipio:	Cali



Camara de Comercio de Cali
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL
Fecha expedición: 10/09/2025 08:11:23 am

Recibo No. 10129007, Valor: \$11.600

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825C7QZ9P

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

Nombre: VITALITY SPORTSWEAR
Matrícula No.: 1056667-2
Fecha de matricula: 08 de julio de 2019
Ultimo año renovado: 2025
Categoría: Establecimiento de comercio
Dirección: CR 2N 23 10
Municipio: Cali

SI DESEA OBTENER INFORMACIÓN DETALLADA DE LOS ANTERIORES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO O DE AQUELLOS MATRICULADOS EN UNA JURISDICCIÓN DIFERENTE A LA DEL PROPIETARIO, DEBERÁ SOLICITAR EL CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DEL RESPECTIVO ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO.

LA INFORMACIÓN CORRESPONDIENTE A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO QUE TIENE MATRICULADOS EL COMERCIANTE EN OTRAS CÁMARAS DE COMERCIO DEL PAÍS, PODRÁ CONSULTARLA EN WWW.RUES.ORG.CO.

TAMAÑO EMPRESARIAL

De conformidad con lo provisto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del Decreto 1074 de 2015 y la Resolución 2225 de 2019 del DANE el tamaño de la empresa es: MICRO

Lo anterior de acuerdo a la información reportada por el matriculado o inscrito en el formulario RUES:

Ingresos por actividad ordinaria \$45,638,000

Actividad económica por la que percibió mayores ingresos en el período - CIIU:4690

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Este certificado refleja la situación jurídica del inscrito hasta la fecha y hora de su expedición.

Que no figuran otras inscripciones que modifiquen total o parcialmente el presente certificado.

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo

Recibo No. 10129007, Valor: \$11.600

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825C7QZ9P

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

Contencioso Administrativo, y de la Ley 962 de 2005, los actos administrativos de registro aquí certificados quedan en firme diez (10) días hábiles después de la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de recursos; el sábado no se tiene como día hábil para este conteo.

En cumplimiento de los requisitos sobre la validez jurídica y probatoria de los mensajes de datos determinados en la Ley 527 de 1999 y demás normas complementarias, la firma digital de los certificados generados electrónicamente se encuentra respaldada por una entidad de certificación digital abierta acreditada por el organismo nacional de acreditación (onac) y sólo puede ser verificada en ese formato.



Ana M. Lengua B.

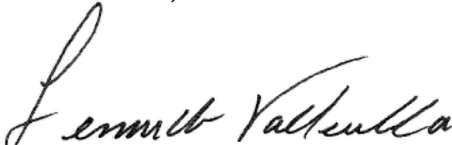
Bogotá D.C., 10 de julio de 2025

Señores
División Signos Distintivos
Delegatura Propiedad Industrial
Superintendencia de Industria y Comercio
Bogotá D.C.

LEONARDO VALLECILLA MARTÍNEZ, mayor de edad y domiciliado en Cali, identificado con la cédula de ciudadanía número **16.652.253** de Cali, en mi condición de Representante Legal de la sociedad comercial **NANOVAL S.A.S.**, domiciliada en Cali, manifiesto a Usted que confiero **PODER AMPLIO, ESPECIAL Y SUFICIENTE** a la doctora **MARÍA CAROLINA MOISÉS MORA**, mayor de edad y domiciliada en de Bogotá D.C., identificada con la cédula de ciudadanía número 60.376.736 de Cúcuta, Abogada Titulada, portadora de la Tarjeta Profesional No. 113.920 del Consejo Superior de la Judicatura, para que en nombre y en representación de la sociedad a la cual represento, adelante las diligencias pertinentes para el registro, ante la Superintendencia de Industria y Comercio, de la marca mixta **BARCO DE PAPEL** en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza.

La doctora **MOISÉS** cuenta con todas las facultades inherentes para el ejercicio del presente poder, en especial la interposición de recursos, recibir, transferir, sustituir, desistir, renunciar, reasumir y todas aquellas que tiendan al buen y fiel cumplimiento de su gestión.

Cordialmente,


LEONARDO VALLECILLA MARTÍNEZ
C.C. No. 16.652.253 de Cali
NANOVAL S.A.S.