

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3239

Ref. Expediente N° SD2025/0039128

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 28 de abril de 2025, TAPMATIC DO BRASIL INDUSTRIA E COMERCIO LTDA., solicitó el registro de la Marca QUIMATIC (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 1 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1068, 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: Acetatos [productos químicos]; ácido bórico para uso industrial; ácidos; aditivos químicos para aceites; anti-incrustante; antioxidantes para uso en la fabricación; desengrasante [uso industrial]; emulsionantes; epoxi metálico para reparaciones; fluidos auxiliares para uso con abrasivos; fundentes de soldadura; aceite de transmisión; preparaciones enzimáticas para uso industrial; preparaciones de acabado utilizadas en la fabricación de acero; sustancia química desengrasante para uso industrial; sustancia química para soldadura; sustancias adhesivas para uso industrial; sustancias químicas industriales.

Ref. Expediente N° SD2025/0039128

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 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
Nominativa	QUIMATEX	AQUITEX - ACABAMENTOS QUÍMICOS TÊXTEIS, S.A.	SD2018/0043009	11	1	Marca	Registrada	7 de mayo de 2028
Mixta	QUIMITEC	QTEC COLOURS S.A.S	11116593	9	2	Marca	Registrada	26 de diciembre de 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° SD2025/0039128

El signo solicitado	Las marcas registradas
QUIMATIC	QUIMATEX (Nominativa) 

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”.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0039128

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles ortográfica y fonéticamente.

Desde el plano conceptual, el signo solicitado **QUIMATIC** frente a los signos registrados **QUIMATEX** / **QUIMITEC** guarda una misma idea vinculada con el ámbito técnico e industrial, particularmente asociada a productos de naturaleza química o tecnológica. EL signo solicitado no introduce un elemento semántico adicional que modifique o precise el concepto general que transmiten, por lo que el consumidor medio percibirá ambos signos dentro de un mismo campo de referencia conceptual. En consecuencia, esta coincidencia ideológica refuerza la posibilidad de confusión y asociación, al no existir una diferencia de significado que permita distinguirlos claramente en el mercado.

A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Adicionalmente esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

En consecuencia, de lo anterior, se observa que los signos QUIMATIC y QUIMATEX presentan una alta semejanza en su estructura general, composición y sonoridad. Ambos comparten una secuencia de letras casi idéntica, diferenciándose únicamente en la consonante final “C” frente a “X”, lo que no altera significativamente la impresión de conjunto. Aunque el signo QUIMATEX incorpora la vocal “E” antes de la consonante final, dicha variación vocálica no modifica sustancialmente la percepción auditiva ni el ritmo global del signo, pues ambos mantienen una cadencia muy similar y acentuación en la misma sílaba. Asimismo, hay cercanía fonética generan una pronunciación prácticamente equivalente QUIMATIC se pronuncia /ki-má-tik/ y QUIMATEX como /ki-má-teks/ para el

Ref. Expediente N° SD2025/0039128

consumidor medio. En consecuencia, se configura un riesgo de confusión directa y de asociación respecto del origen empresarial de los productos que amparan.

Por otro lado, los signos QUIMATIC y QUIMITEC comparten una estructura fonética y gráfica muy próxima, compuesta por un número similar de letras y sílabas, con ligeras variaciones intermedias y finales que no modifican de forma sustancial la percepción global. La sustitución de la vocal “A” por “I” en la segunda sílaba y de la consonante final “C” por “C” o “E” no genera una diferencia distintiva relevante, pues ambos signos mantienen un mismo patrón de pronunciación, cadencia y longitud. Esta semejanza integral puede inducir al público a asociarlos con un mismo origen o línea de productos, configurando confundibilidad en el mercado.

En ese sentido esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

1: Acetatos [productos químicos]; ácido bórico para uso industrial; ácidos; aditivos químicos para aceites; anti-incrustante; antioxidantes para uso en la fabricación; desengrasante [uso industrial]; emulsionantes; epoxi metálico para reparaciones; fluidos auxiliares para uso con abrasivos; fundentes de soldadura; aceite de transmisión; preparaciones enzimáticas para uso industrial; preparaciones de acabado utilizadas en la fabricación de acero; sustancia química desengrasante para uso industrial; sustancia

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° SD2025/0039128

química para soldadura; sustancias adhesivas para uso industrial; sustancias químicas industriales.

Los signos previamente registrado identifican:

Expediente	Productos
------------	-----------

SD2018/0043009	Clase 1: Productos químicos auxiliares para la industria textil; agentes inhibidores; estabilizadores de color; agentes reductores para la industria textil; detergentes para uso industrial y de fabricación.
-----------------------	---

11116593	Clase 2: Colorantes, pinturas y tintas a ser empleadas en la industria, y especialmente, aunque no limitado a ello, en la industria de los alimentos.
-----------------	--

Conexión competitiva entre productos de la misma clase 1 internacional Niza (identidad)

Este Despacho evidencia que los productos solicitados incorporan productos químicos, sustancias químicas industriales que son cubiertas por la marca registrada en cuanto a productos químicos auxiliares para la industria textil, así como diferentes productos de uso químico industrial

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

Conexión competitiva entre productos de la clase 2 y productos de la clase 1 internacional Niza (principio de complementariedad)⁵

Respecto a los productos de Clase 2 registrados (colorantes, pinturas y tintas industriales), se observa que muchos de los productos de Clase 1 solicitada pueden funcionar como insumos, aditivos o auxiliares en la fabricación de los productos de Clase 2. Esta relación de uso conjunto, junto con la coincidencia parcial de canales de comercialización y público objetivo (empresas industriales y laboratorios), configura una conexidad competitiva por complementariedad, ya que el consumidor podría asociar ambos signos con un mismo origen empresarial.

Vista la cobertura de los signos enfrentados, logra vislumbrarse que entre éstas existe una conexión estrecha y directa, al tratarse de productos que necesariamente requieren del otro para su correcto funcionamiento o simplemente para mejorar la finalidad de los mismos.

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

⁵ “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.”

Ref. Expediente N° SD2025/0039128

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 QUIMATIC (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 1 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por TAPMATIC DO BRASIL INDUSTRIA E COMERCIO LTDA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 16 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 1: Acetatos [productos químicos]; ácido bórico para uso industrial; ácidos; aditivos químicos para aceites; anti-incrustante; antioxidantes para uso en la fabricación; desengrasante [uso industrial]; emulsionantes; epoxi metálico para reparaciones; fluidos auxiliares para uso con abrasivos; fundentes de soldadura; aceite de transmisión; preparaciones enzimáticas para uso industrial; preparaciones de acabado utilizadas en la fabricación de acero; sustancia química desengrasante para uso industrial; sustancia química para soldadura; sustancias adhesivas para uso industrial; sustancias químicas industriales.