

REPÚBLICA DE COLOMBIA

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 7958

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 8 de mayo de 2025, **BRINSA S.A.**, solicitó el registro de la Marca **DayWell** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en las clases 5 y 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1067 del 19 de mayo de 2025, **ESTEBANA DEL ROSARIO DIAZ NUÑEZ** presentó oposición frente a la clase 5ª, con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 del 2000 de la Comunidad Andina.

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

(...) Al comparar los signos previamente representados, DAYWELL y DIWELL, se observa que prácticamente son idénticos

(...) Teniendo en cuenta lo anterior, se observa con claridad que ambos términos, DAYWELL y DIWELL, siguen prácticamente el mismo patrón ortográfico, el cual está compuesto por una combinación de consonantes y vocales en los mismos lugares gramaticales, lo que genera una impresión general que, pese a que las letras no sean idénticas, sin duda alguna genera un riesgo de confusión:

DAYWELL



DIWELL

Marca registrada	D	I	W	E	L	L	
Letras	1	2	3	4	5	6	7
Marca objeto de la oposición	D	A	Y	W	E	L	L

5 de 6 letras de “DIWELL” están en “DAYWELL” prefijo + WELL

En este aspecto, es evidente que ambos signos comparten la misma presencia vocálica: I-E; así como la misma secuencia consonántica principal: D-W-L-L; y, por ende, tienen prácticamente la misma raíz, así como la misma terminación.

En este punto, es importante resaltar que la composición gramatical de la primera parte del signo objeto de la oposición tiene un perfil no solo gramatical, si no también fonético que le asemejan de forma indiscutible al signo base de la oposición, pues en idioma

¹ 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

32: Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.



Ref. Expediente N° SD2025/0043038

inglés la letra I se pronuncia con el sonido “AY”,

Entonces, es seguro concluir que la marca solicitada forja una impresión gramatical idéntica a la de la marca base de la oposición, lo que generaría, por supuesto, un inminente riesgo de confusión. Lo anterior, además, teniendo en cuenta que, en situaciones en las que la legibilidad o la comprensión del signo se basan en la primera escucha o la forma escrita de las palabras (como en una dirección de correo electrónico o un nombre de usuario), nuestra mente tiende prioritariamente a buscar patrones y similitudes visuales y fonéticas para comprender y recordar palabras.

Por otro lado, es evidente que a nivel conceptual⁵ la expresión DAYWELL es completamente arbitraria, de fantasía⁶ en relación con los productos y servicios que pretende identificar. Esta fue elegida por mi poderdante de forma intencional, precisamente porque no genera un referente conceptual claro en la mente del consumidor, ni se asocia de manera directa con un producto o servicio determinado. En ese sentido, al ser reproducida de forma íntegra por el signo objeto de la oposición para amparar productos estrechamente conexos a los que identifica la marca base, se configura una identidad conceptual irrefutable.

(...) Considerando la evidente coincidencia ortográfica, en el cotejo fonético de los signos es claro que su pronunciación es prácticamente indistinta. En efecto, aunque la vocal del primer segmento cambia, ambas son diptongos frecuentes en inglés y se asimilan fácilmente en la percepción auditiva, tanto si se pronuncian en su idioma original como en un contexto no completamente angloparlante. Por lo anterior, y el hecho de que la partícula well es idéntica en ambas marcas, evidentemente se genera un sonido del habla altamente similar, que sin duda, hace que fonéticamente los signos comparados sean muy difíciles de distinguir:

(...) Para finalizar este apartado y con base en los argumentos expuestos, es claro que, de ser concedido el signo solicitado, las similitudes DAYWELL y DIWELL generarían riesgo de confusión en el mercado, desvirtuando así el objetivo esencial de la marca como elemento comercial

(...) Es evidente que los signos cotejados amparan productos con una clara relación de complementariedad, y bajo los criterios de razonabilidad, estar estrechamente asociados.

Lo anterior, ya que ambos grupos de productos tienen como finalidad la mejora de la calidad de vida, la apariencia y la salud del cuerpo, aunque uno se enfoque desde la medicina/nutrición y el otro desde la estética.

Estos productos y servicios se integran funcionalmente en la industria del bienestar, dentro de la cual, resulta razonable concluir que un mismo empresario desarrolle y comercialice tanto productos cosméticos como complementos dietéticos, por ejemplo, un suplemento para el fortalecimiento capilar junto con lociones y mascarillas capilares. Lo anterior bien sea bajo una misma identidad de marca o a través de marcas relacionadas; como sucede en algunas de las empresas dedicadas a este sector como Milagros, Yanbal o Sephora.

Dicha naturaleza también implica que los productos podrían encontrarse a través de canales de comercialización idénticos o equivalentes, coexistiendo en espacios como farmacias, tiendas naturistas, perfumerías, supermercados y plataformas electrónicas, donde el consumidor los encuentra agrupados en secciones de salud y cuidado personal. De igual modo, el público objetivo de dichos productos y servicios oscila en el mismo sector de mercado, a saber, consumidores interesados en su salud, estética y bienestar, que evalúan de forma conjunta opciones farmacéuticas, cosméticas y nutricionales, etc. Ello, ante las dinámicas de mercado actuales, por supuesto, refuerza la posibilidad de asociación económica por parte del consumidor.

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

Que dentro del término concedido para tal efecto, **BRINSA S.A.**, no dio respuesta alguna a la oposición presentada.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², 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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

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 registrada

La marca opositora es la siguiente:

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Tipo	Estado	Vigencia
Marca	DIWELL	ESTEBANA DEL ROSARIO DIAZ NUÑEZ	SD2022/0134868	11	3	Mixta	Registrada	17 jul. 2033

Facultad oficiosa de la administración

De conformidad con lo preceptuado en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, esta Oficina siempre realiza un estudio de fondo de irreregistrabilidad de los signos solicitados, así no se haya presentado oposición, ya sea para conceder o negar el registro de la marca, porque en ningún momento se encuentra eximida de realizar el referido examen de irreregistrabilidad.

En efecto, el Tribunal en múltiples Interpretaciones Prejudiciales⁴ ha abordado el tema del examen de registrabilidad, pero en uno de sus últimos pronunciamientos, determinó con toda claridad cuáles son las características de este examen:

“1. El examen de registrabilidad se realiza de oficio. La Oficina Nacional Competente debe realizar el examen de registrabilidad así no se hubieren presentado oposiciones, o no hubiere solicitud expresa de un tercero.

2. El examen de registrabilidad es integral La Oficina Nacional Competente al analizar si un signo puede ser registrado como marca debe revisar si cumple con todos los requisitos de artículo 134 de la Decisión 486, y luego determinar si el signo solicitado encaja o no dentro de alguna de las causales de irreregistrabilidad consagradas en los artículos 135 y 136 de la misma norma.

3. En consecuencia con lo anterior y en relación con marcas de terceros, la Oficina Nacional Competente, así hubiera o no oposiciones, deberá revisar si el signo solicitado no encuadra dentro del supuesto de irreregistrabilidad contemplado en el artículo 136, literal a): es decir, debe determinar si es o no idéntico o se asemeja o no 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’ (Proceso 180-IP-2006. Interpretación Prejudicial de 4 de diciembre de 2006,

(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.

⁴ Se destacan las siguientes Interpretaciones Prejudiciales sobre la materia: Interpretación Prejudicial de 7 de julio de 2004, proferida dentro del proceso 40-IP-2004; Interpretación Prejudicial de 9 de marzo de 2005, proferida dentro del proceso 03-IP-2005; e Interpretación Prejudicial de 16 de noviembre de 2005, proferida dentro del proceso 167-IP-2005.



Ref. Expediente N° SD2025/0043038

publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena NC 1476, de 16 de marzo de 2007. Marca: ‘BROCHA MONA’).”

Por lo tanto, se advierte que la ausencia de oposición durante el trámite administrativo, su presentación con resultado desfavorable para el opositor o el desistimiento de esta no significa la concesión automática de registro de un signo distintivo. Así, conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales y visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se destaca que esta Dirección realizará un examen integral de la solicitud de registro con independencia del resultado de la oposición presentada.

Una vez revisado el Sistema de Información de la Propiedad Industrial se encontró el siguiente signo relevante para el análisis de registrabilidad del signo solicitado a registro:

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Tipo	Estado	Vigencia
Marca	WELL DAY	LACTALIS COLOMBIA S.A.S.	07115946	8	29	Nominativa	Registrada	28 may. 2028

Los signos para comparar son los siguientes:

El signo solicitado	El signo opositor
DayWell (Nominativa)	DIWELL (Mixta)

Antecedentes
WELL DAY (Nomiantiva)

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos y nominativos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y denominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta se refiere, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos.⁵

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.



Ref. Expediente N° SD2025/0043038

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”*.⁶

El Tribunal ha reiterado que, *“ en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”*.⁷

Volviendo al cotejo de los signos a comparar, tal como se dijo anteriormente, si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

“(i) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*

- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*

- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26 de 1998.

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.⁸

Prevalencia del elemento nominativo

Volviendo al cotejo de los signos a comparar, tal como se dijo anteriormente, si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las siguientes reglas de comparación para signos nominativos:

- “a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.*
- b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)*
- c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*
- d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.*
- e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*
- f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁹*

Comparación entre signos denominativos

En el análisis o confrontación entre signos denominativos, como los antes citados, su comparación deberá atender las siguientes reglas, adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina¹⁰:

“1. Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

*2. Se establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario.¹¹ Como ejemplo tenemos el lexema **deport** en **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ólogo**, **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**.*

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.¹²

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

⁹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 127-IP-2016

¹⁰ Consultar sentencias dictadas en los procesos N° 27-IP-2016, 156-IP-2005 y 200-IP-2013, entre otras.

¹¹ RAE: Unidad mínima con significado léxico que no presenta morfemas gramaticales; p.ej. sol. O que poseyéndolos prescinde de ellos por un proceso de segmentación, p.ej.: terr en enterrais

¹² RAE:

1. m. Gram. Unidad mínima aislable en el análisis morfológico. *La palabra mujeres contiene dos morfemas: mujer y -es.*

2. m. Gram. Por oposición a lexema, **morfema** gramatical; p. ej., de, no, yo, el, -ar, -s, -ero.

3. m. Gram. Unidad mínima de significado. *La terminación verbal -mos contiene dos morfemas: persona, primera, y número, plural.*

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

3. Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

4. Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

5. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

6. Se debe determinar si existe un elemento preponderante o relevante en ambos signos (...).¹³

Análisis de confundibilidad

El signo solicitado a registro es de naturaleza nominativa simple, compuesto únicamente por la expresión **"DayWell"**, sin ningún otro tipo de elementos adicionales.

El signo opositor es de naturaleza mixta, compuesto por la palabra **"DIWELL"** centrada sobre un fondo blanco, donde se destaca una modificación gráfica en la letra "W", que incluye una línea horizontal colocada directamente encima, similar a un signo diacrítico.

Y el signo antecedente es de naturaleza compleja, conformado por las expresiones **WELL DAY**.

Análisis comparativo frente a marca opositora

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al compartir algunas letras, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales particulares que generan que al ser percibidos, pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Si bien el signo opositor es de naturaleza mixta es su elemento nominativo el preponderante en su conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con este signo. Así las cosas, y teniendo en cuenta la naturaleza del signo solicitado, corresponde realizar el estudio de conformidad con las reglas de cotejo para signos nominativos.

¹³ TJCA Proceso N° 27-IP-2016

Resolución N° 7958

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

En este orden de ideas, se debe señalar que las expresiones que conforman al signo solicitado a registro: “day”¹⁴ y “well”¹⁵ (esta última palabra que también hace parte del signo opositor) son expresiones de uso común para la Clase 5 solicitada y con oposición.

Por ende, los signos que las contengan, al tratarse de signos conformados por partículas de uso común, son débiles, por ende, deben permitir la coexistencia con signos que igualmente incorporen en su conformación estos elementos comunes, siempre y cuando la reproducción no recaiga en su totalidad de elementos de manera que generen confusión. En este punto se debe dar aplicación a los criterios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina sobre este particular¹⁶:

Se entiende por signo común o usual aquel que se encuentra integrado exclusivamente por uno o más vocablos o indicaciones que se utilizan en el lenguaje corriente o en el uso comercial del país para identificar los productos o servicios de que se trate.

No es posible aceptar como marca registrable aquellos signos que se hubieran convertido en una designación común o usual del producto o servicio de que se trate en el lenguaje corriente o en la usanza del país¹⁷; esos signos usuales en el lenguaje común o en los usos comerciales en relación con los productos o servicios que pretenden representar, es decir, aquellos signos que se han convertido en habituales en el lenguaje común o en las costumbres del comercio para designar los productos o servicios¹⁸

¹⁴ Actualmente, estos son algunos de los signos registrados en la Clase 5 que incorporan la partícula “day” dentro de su composición.

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Estado	Vigencia
Marca	DAYBUE	Acadia Pharmaceuticals, Inc.	SD2022/0071067	11	5, 35, 42, 44	Registrada	23 feb. 2032
Marca	DAYLINE	Bausch Health Ireland Limited	SD2024/0042076	12	3, 5, 10, 42, 44	Registrada	04 ene. 2034
Marca	DAYQUIL	Procaps S.A.	93395594	7	5	Registrada	28 mar. 2034
Marca	DAYFIBRA	Axon Pharma Sas	08048561	9	5	Registrada	28 nov. 2028
Marca	Dayvori	Eisai R[&]D Management Co.	SD2019/0051511	11	5	Registrada	03 feb. 2030
Marca	DAYABABY	Abbott Laboratories	SD2020/0011616	11	5	Registrada	01 sept. 2030
Marca	DayDigx	Sermedics Sas	SD2021/0065441	11	5	Registrada	02 may. 2032

¹⁵Los siguientes son algunos de los signos actualmente registrados que incorporan la partícula “Well” dentro de su composición.

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Estado	Vigencia
Marca	OATWELL	Dsm Ip Assets B.V.	13233705	10	5, 32	Registrada	01 ago. 2033
Marca	GUTWELL	Zinpro Corporation	SD2018/0043001	11	5	Registrada	01 mar. 2028
Marca	SOWELL	Grupo Internacional Farmaceutico Grufarma S.A.S. Grufarma	923225405	7	5	Registrada	14 feb. 2035
Marca	NESWELL	Société Des Produits Nestlé S.A.	01058374	7	5	Registrada	07 mar. 2032
Marca	CLIWELL	Wasser Chemical S.A.S.	10040374	9	5	Registrada	24 sept. 2030
Marca	Edgewell	Lafourche Llc	15015012	10	5	Registrada	31 jul. 2025
Marca	BIOWELL	Biowellness S.A.S.	SD2019/0082832	11	3, 5, 32	Registrada	22 abr. 2030
Marca	NADWELL	Yuly Alexandra Upegui Durango	SD2023/0092564	12	3, 5	Registrada	10 dic. 2034

¹⁶ Tribunal de justicia de la Comunidad Andina. Proceso 20-IP-2022. 28 de julio de 2022.

¹⁷Gustavo Arturo León y León Durán, Derecho de Marcas en la Comunidad Andina – Análisis y comentarios, primera edición, Thomson Reuters - ECB Ediciones S.A.C., Lima, 2015, p. 170.

¹⁸Carlos Fernández-Nóvoa, José Manuel Otero Lastres y Manuel Botana Agra, *Manual de la Propiedad Industrial*, segunda edición, Marcial Pons - Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., Madrid, 2013, p. 575.



Ref. Expediente N° SD2025/0043038

Los signos conformados exclusivamente por denominaciones comunes o usuales al estar combinadas con otras, puedan generar signos completamente distintivos. El titular de una marca no puede impedir que las expresiones comunes o usuales puedan ser utilizadas por los otros Empresarios.

Ello, significa que su marca es débil porque tiene una fuerza limitada de oposición, ya que las partículas de uso común se deben excluir del cotejo de la marca.

No obstante, si la exclusión de los componentes de esas características (de uso común) llegare a reducir el signo de tal manera que resultara imposible hacer una comparación, puede hacerse el cotejo considerando de modo excepcional dichos componentes, bajo la premisa que el signo que los contenga tendría un grado de distintividad débil, en cuyo escenario se deberá analizar los signos en su conjunto, la percepción del público consumidor o cualquier circunstancia que eleve o disminuya el grado de distintividad de los signos en conflicto.

En el presente caso, el signo solicitado se vale de una combinación de partículas de uso común para su conformación, por tanto, la comparación se realizará sobre su conjunto, sin desconocer que la única coincidencia existente entre ellos recae en el uso de la palabra común WELL.

Por ende, analizados los signos en su conjunto, esta Dirección encuentra que los mismos no son confundibles entre sí. Lo anterior considerando que el signo solicitado incluye como elemento inicial la expresión “day” dentro de su composición, mientras que el signo opositor incorpora la raíz “di”. Ello deriva en que el signo solicitado logró tener una mayor extensión respecto del signo opositor y así mismo, una pronunciación diferente respecto de la primera partícula (de / di). Sumado a lo anterior, no se puede omitir que la partícula “day”, pese a ser una expresión proveniente de idioma extranjero, es de fácil conocimiento por el consumidor medio, quien percibe claramente su significado: “Día: Período de 24 horas, que corresponde aproximadamente al tiempo en que la Tierra da una vuelta completa sobre su eje”¹⁹, por lo cual, al analizar la impresión conceptual de ambos signos en su conjunto, se evidencia que no son conceptualmente similares, toda vez que, a diferencia de dicho término, la partícula DI no transmite ninguna idea en especial.

Así, la coincidencia en una única partícula, (WEL), no puede ser precepto de negación de los signos, máxime si se tiene en cuenta que hay varios signos antecedentes para la misma clase que la incorporan en sus conjuntos.

Por consiguiente, si bien se presentan semejanzas entre los mismos, al compartir el uso de la palabra WELL, dicha coincidencia no puede ser fundamento de confundibilidad, y se ve diluida al analizar los signos en su integridad. En efecto, el signo solicitado en registro presenta una composición silábica superior, y emite una percepción ideológica diversa en cuanto al uso del término “DAY”, lo cual le confiere una percepción propia, permitiendo la diferenciación de los signos.

Es decir, si bien el signo solicitado reproduce parcialmente al signo registrado, en su visión de conjunto no resultan confundible en la medida en que presentan elementos particulares conceptuales, nominativos y fonéticos, más allá del uso de un término de uso común y libre, que permiten su individualización; lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto.

¹⁹ Información rescatada de la página de internet <https://dle.rae.es/día>.

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo no se encuentre inmerso en la causal en estudio frente a dicha marca.

Análisis comparativo frente a marca hallada de oficio

Sobre la marca hallada de oficio debe decirse que si bien es cierto se compone de partículas de uso común, como se señaló previamente, en el presente caso el signo solicitado realiza una reproducción integral de la misma combinación arbitraria de elementos que realiza el signo antecedente, limitándose a modificar el orden de su escritura. Es decir, se compone exactamente de la misma combinación de partículas, esto es “well” y “day”.

En este orden de ideas, si bien las marcas bajo análisis difieren en el orden de las partículas, estas siguen siendo exactamente las mismas. Por ende, ante tal situación, resulta evidente el alto grado de similitud entre las marcas analizadas, al cumplirse uno de los supuestos establecidos en las reglas del cotejo marcario; esto es, que las marcas bajo análisis evoquen un mismo concepto.

Nótese que al analizar cada una de las marcas nominativas en su conjunto, es posible determinar que, a pesar de estar escritas en idioma inglés, su significado en español es de fácil comprensión por el consumidor medio debido a su uso generalizado, y es el mismo en ambos casos: “buen día / buen día”, así se percibirán en el mercado. Por ende, esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles.

En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica, fonética y conceptualmente idénticos.

Por último, debe anotarse que ninguna de las marcas bajo análisis cuenta con otros elementos nominativos ni gráficos que diluyan la similitud anteriormente señalada.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

32: Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

El signo confrontado identifica:

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

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

07115946 **(29):** Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Razonabilidad

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “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. (...)”²⁰.

Al analizar la cobertura de los signos en conflicto, esta Dirección encuentra que pese a que en el presente caso se ubica en diferentes clases del nomenclador internacional, son competitiva y razonablemente conexos.

Análisis oficioso de conexidad competitiva entre productos de la Clase 32 del signo solicitado vs productos de la Clase 29 del signo hallado de oficio

Si bien los productos objeto de confrontación pertenecen a diferentes clases del nomenclador internacional, no hay duda de que entre los mismos existe una relación competitiva estrecha siendo razonablemente conexos debido a que pertenecen al mismo sector alimenticio, y su consumo puede compartir la misma finalidad nutricional, como sucede con las frutas de la clase 29 y las bebidas a base de frutas de la clase 32.

Además, el resto de productos pertenecen a la misma industria, en consecuencia, de acuerdo a la realidad del mercado, es cada vez más frecuente que el empresario que se desempeña en una actividad específica dentro del sector alimenticio, decida ampliar su portafolio de negocios e incursione en ofrecer productos análogos de la misma industria que contribuyan a su esquema empresarial.

Por lo tanto, en atención al principio de razonabilidad, a la similitud entre los signos, a la presencia del tipo de productos descritos en los mismos canales de comercialización y a la relación existente entre ellos, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de la marca antecedente, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Análisis oficioso de conexidad competitiva entre productos de la Clase 5 del signo solicitado vs productos de la Clase 29 del signo hallado de oficio

Es dable considerar que dado por las tendencias del mercado mismo o por la costumbre habitual por parte de los comerciantes de ofrecer en común ciertos productos, se puede hablar de que existe conexidad competitiva entre estos dos productos que bien sin ser

²⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

complementarios o sustitutos, si son aprehendidos por el consumidor promedio como que razonablemente tienen un mismo origen empresarial, máxime cuando están dirigidos a satisfacer un fin específico como lo es la alimentación del ser humano.

En el caso que nos ocupa podemos evidenciar que los productos tales como *alimentos y sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas (Cl.5)* presentan relación con productos tales como *Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles (Cl. 29)*, al estar destinados a la alimentación y nutrición de quien los adquiere, los primeros como refuerzo del proceso otorgado a través del consumo de productos alimenticios como los de la clase 29.

Es dable considerar que el competidor que actualmente fabrica y comercializa productos alimenticios como los mencionados, decida ampliar su portafolio de productos e incursione en la fabricación y comercialización de sustancias dietéticas o complementos alimenticios. Si bien la presente conexidad competitiva no es usual dentro del comercio, se considera plausible en el presente caso dado el alto grado de similitud existente entre ambos signos, al estar conformados exactamente por los mismos términos. Esto llevará irremediablemente a que el público consumidor realice asociaciones entre dichos productos.

En este punto es necesario hacer referencia a lo expresado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, con relación a la Teoría de la Interdependencia:

“La doctrina advierte que cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”²¹

Así, la decisión de la administración debe ir de la mano con los intereses de los distintos actores en el mercado, evitando, por un lado, que el consumidor asocie un producto o servicio a un mismo origen empresarial cuando ello falte a la verdad y, a su vez, frente a los empresarios, prohibiendo que un tercero saque provecho sobre la base de la actividad comercial ajena.

Por tanto, tenemos que, bajo las reglas de la sana crítica, es posible inferir que el presupuesto de razonabilidad es cumplido por las marcas en comento.

Por todo lo anterior, se concluye que las coberturas de los signos comparados guardan una conexidad competitiva que genera una confusión en el público consumidor, por lo que no es posible el permitir la coexistencia de los signos.

Conclusión

En consecuencia, después de un análisis de oficio, esta Dirección encuentra que 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 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por **ESTEBANA DEL**

²¹ Interpretación Prejudicial Proceso 96-IP-2006. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina cita a BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475.

Ref. Expediente N° SD2025/0043038

ROSARIO DIAZ NUÑEZ, frente a la clase 5ª de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **DayWell** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza²², solicitada por **BRINSA S.A.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **DayWell** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza²³, solicitada por **BRINSA S.A.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Notificar a **BRINSA S.A.**, solicitante del registro y a **ESTEBANA DEL ROSARIO DIAZ NUÑEZ** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 6 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

²² **5:** Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

²³ **32:** Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.