

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 11438

Ref. Expediente N° SD2025/0015980

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 25 de febrero de 2025, Planeta Gráfico SAS, solicitó el registro de la marca Planeta Gráfico (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 7 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1060, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

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

¹ 7: Encuadernadoras; encuadernadoras de espiral para uso industrial; estampadoras de materias textiles; máquinas de estampado; máquinas de estampado automático; máquinas de estampado en caliente; máquinas estampadoras; máquinas para estampado en caliente; prensas de estampado; guillotinas en cuanto máquinas de cortar papel; guillotinas [máquinas de cortar papel]; máquinas laminadoras; cortadoras de papel.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0015980

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ep elplaneta	EDITORIAL A LA CARTA S.A.S.	SD2019/0065833	11	35, 41	Marca	Registrada	1 sept. 2030
Mixta	AULAPLANETA	EDITORIAL PLANETA COLOMBIANA, S.A.	15005541	10	9, 16, 35, 38, 41	Marca	Registrada	31 ago. 2035
Mixta	COLOMBIA BIZARRA EL PAÍS QUE NO QUIERES RECORDAR PLANETA	EDITORIAL PLANETA, S.A.	SD2022/0043822	11	16, 41	Marca	Registrada	10 ene. 2033
Mixta	PlanetadeLibros	EDITORIAL PLANETA, S.A.	SD2024/0128779	12	16, 41	Marca	Registrada	17 abr. 2034
Nominativa	EDITORIAL PLANETA	EDITORIAL PLANETA, S.A.	9216366716	7	16	Marca	Registrada	12 abr. 2032
Mixta	STORIES GRUPO PLANETA	EDITORIAL PLANETA, S.A.	SD2018/0041754	11	9, 16, 41	Marca	Registrada	09 nov. 2028

•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° SD2025/0015980

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

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

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

Por otra parte, en el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado sobre el análisis entre signos denominativos y mixtos 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



Ref. Expediente N° SD2025/0015980

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 los signos analizados ep el**planeta** / AUL**PLANETA** / COLOMBIA BIZARRA EL PAÍS QUE NO QUIERES RECORDAR **PLANETA** / **PlanetadeLibros** / EDITORIAL **PLANETA** / STORIES GRUPO **PLANETA** / **PLANETA** GRÁFICO son similarmente confundibles en su conjunto, haciendo énfasis en el punto de vista denominativo, el cual es el elemento predominante por cuanto son las palabras las que causan un mayor impacto en la mente del consumidor en el caso concreto.

En efecto, los signos son confundibles porque el signo solicitado reproduce la parte relevante de los signos antecedentes. Lo anterior, toda vez que, se reproduce en su totalidad la siguiente expresión de las marcas registradas “**PLANETA**”, no siendo los demás elementos nominativos y gráficos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar debidamente 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 y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

7: Encuadernadoras; encuadernadoras de espiral para uso industrial; estampadoras de materias textiles; máquinas de estampado; máquinas de estampado automático; máquinas de estampado en caliente; máquinas estampadoras; máquinas para estampado

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° SD2025/0015980

en caliente; prensas de estampado; guillotinas en cuanto máquinas de cortar papel; guillotinas [máquinas de cortar papel]; máquinas laminadoras; cortadoras de papel.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes

Productos y servicios

SD2019/0065833

(35): Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina. Principalmente: publicidad, realización o ubicación de publicidad para otros en cualquier sistema de comunicación, acceso a la información publicitaria, la transcripción, la composición, el envío y recepción de mensajes, la sistematización de comunicaciones, así como la compilación de datos de cualquier índole, mercadeo; alquiler de publicidad; motores de búsqueda publicitaria; directorios de información; exhibiciones; información; correo publicitario; promoción de productos y servicios de otros espacios para patrocinadores de servicios relacionados con la publicidad e información; especialmente publicidad propia y de terceros, correo directo, gestiones de negocios comerciales, administración comercial y trabajo de oficina.

(41): Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales principalmente: organización y dirección de coloquios, organización y realización de talleres (formación), organización y dirección de congresos, organización y dirección de conferencias, organización y dirección de seminarios, organización y dirección de simposios, reserva de entradas para espectáculos, presentaciones cine / cine presentaciones de teatro, servicios club (entretenimiento o educación), autoedición electrónica, ocio / recreo, información de entretenimiento, servicios de juegos en línea desde una red informática, presentación de espectáculos en vivo, servicios de reporteros, organización de competiciones deportivas, organización de espectáculos (servicios de empresarios), organización de competiciones (educación o esparcimiento), organización de exposiciones con fines culturales o educativos, reportajes fotográficos, fotografía, formación práctica (demostración), de producción de programas de radio y televisión, facilitación de publicaciones electrónicas en línea, no descargables, publicación de textos, excepto textos publicitarios, publicación de libros, publicación de libros y periódicos electrónicos en línea, entretenimiento de radio, servicios de estudios de grabación, información recreación, servicios de las escuelas (educación), subtítulo, enseñanza / educación servicios / servicios de instrucción / clases, televisión de entretenimiento, servicios de agencia de entradas (entretenimiento), de producción de películas de vídeo, cinta de vídeo de edición, grabación en vídeo, orientación profesional (asesoramiento en educación o formación), reciclaje profesional, escritura de textos, excepto textos publicitarios..

Ref. Expediente N° SD2025/0015980

15005541

(9): aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, dvd y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores..

(16): papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés de imprenta.

(35): Publicidad, gestión de negocios comerciales administración comercial; trabajos de oficina.

(38): Telecomunicaciones.

(41): Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

SD2022/0043822

(16): Libros, revistas, publicaciones periódicas, periódicos, diccionarios, enciclopedias, folletos, catálogos, impresos y en general, todo tipo de encuadernaciones, productos de imprenta, artículos de encuadernación, fotografías, papelería, adhesivos (pegamentos) para papelería o la casa, material para artistas, material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases) a saber, hojas, películas y bolsas, caracteres de imprenta, clichés.

(41): Servicios de educación e instrucción; organización de concursos principalmente con fines culturales o educativos; servicios de edición y publicación de libros, revistas, periódicos, guías, manuales, de cualquier soporte sonoro y/o visual; producción de películas, de emisiones radiofónicas o televisadas; organización y dirección de coloquios, conferencias, congresos, seminarios, conciertos musicales; organización de exposiciones con fines culturales y educativos; organización de concursos en materia de educación o de esparcimiento; información en materia educativa y docente; explotación de publicaciones electrónicas en línea (no descargables telemáticamente); servicios de traducción e interpretación; actividades deportivas y culturales; Servicios de edición: edición de libros; edición de publicaciones; edición de películas; edición de videos; edición de textos escritos; edición fotográfica; edición de música; edición de programas radiofónicos y de televisión; edición por medios electrónicos; edición en línea; edición de cintas de audio; publicación y edición de libros y revistas; publicación y edición de

Ref. Expediente N° SD2025/0015980

documentos impresos; edición o grabación de sonidos e imágenes; servicios de grabaciones musicales; edición electrónica de libros y de publicaciones electrónicas en línea; facilitación de publicaciones electrónicas; publicación de textos en soportes electrónicos; producción de grabaciones sonoras y de imagen en soportes de sonido e imagen; producción de grabaciones audiovisuales; educación; formación; servicios de entretenimiento.

SD2024/0128779

(16): Novelas; libros infantiles; publicaciones impresas; libros; folletos impresos; material de instrucción, excepto aparatos; material didáctico, excepto aparatos; publicaciones periódicas; revistas [publicaciones periódicas].

(41): Facilitación de publicaciones electrónicas no descargables en forma de libros y revistas; servicios de información relacionados con libros; publicación y edición de libros; edición y publicación de revistas; edición electrónica de libros y de publicaciones periódicas en línea; edición de boletines informativos; servicios de club de lectura que prestan servicios de información relativa a libros.

9216366716

(16): Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.

SD2018/0041754

(9): Aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; Soportes de registro magnéticos, discos acústicos; Discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; Equipos de procesamiento de datos, ordenadores; Software. Programas de ordenadores para videojuegos y juegos de ordenador; programas de videojuegos interactivos; software de entretenimiento interactivo descargable para videojuegos. Publicaciones electrónicas descargables; Aplicaciones móviles; Lectores de libros electrónicos.

(16): Papel y cartón; Productos de imprenta; Material de encuadernación; Fotografías; Artículos de papelería; Adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; Material para artistas; Pinceles; Máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); Material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); Materias plásticas para embalar; Caracteres de imprenta; Clichés de imprenta; Publicaciones impresas; Libros y publicaciones.

(41): Educación; Formación; Servicios de entretenimiento; Organización de actividades deportivas y culturales. Servicios de entretenimiento para producir espectáculos en directos; programas de concursos; Servicios de entretenimiento de videojuegos; Servicios de edición de libros. Edición y publicación de libros y revistas; Publicación de libros

Ref. Expediente N° SD2025/0015980

electrónicos y publicaciones periódicas en Internet; Publicación de libros y diarios electrónicos en línea (no descargables); Servicios de producción de espectáculos; Producción de grabaciones audiovisuales.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 7 con los productos y servicios de las clases 16 y 41 internacional

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, podría asumir como razonable que los productos en cuestión provienen del mismo empresario.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que, aunque estamos ante productos y servicios que no están ubicados en la misma clase del nomenclador internacional, existe la posibilidad de que los productos y servicios confrontados sean ofrecidos por el mismo empresario, determinando la eventualidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes. Configurándose así el riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

“(...) El riesgo de confusión, puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”

En efecto, los productos de la clase 7 descritos se encuentran directamente destinados a la producción, transformación y acabado de material impreso, constituyendo herramientas esenciales dentro de la actividad editorial, la cual se manifiesta de manera natural tanto en los productos de la clase 16 como en los servicios educativos, culturales y de capacitación comprendidos en la clase 41.

En este sentido, no resulta ajeno a las prácticas comerciales que editoriales y empresas dedicadas a la producción de contenidos impresos y formativos desarrollen, comercialicen o dispongan de la maquinaria necesaria para la impresión, encuadernación y acabado de publicaciones, así como que ofrezcan actividades de formación, talleres o eventos vinculados a dichos procesos.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 7 y los servicios de la clase 35 internacional

Verificada la cobertura de los signos en estudio, es posible determinar que existe conexidad competitiva entre los mismos puesto que, aunque se trata de productos y servicios que en principio no guardan relación, conforme a las prácticas comerciales del mercado.

Configurándose así, un riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

“(...) El riesgo de confusión, puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”

Resolución N° 11438

Ref. Expediente N° SD2025/0015980

En efecto, es habitual que los fabricantes o proveedores de maquinaria especializada para encuadernación y estampado desarrollen o complementen su actividad mediante servicios de venta, comercialización; orientados a facilitar la colocación y posicionamiento de dichos equipos en el mercado. En este contexto, la relación funcional, la coincidencia de público y la integración comercial de los productos y servicios permiten inferir la existencia de una conexión competitiva susceptible de generar en el consumidor la percepción de un origen empresarial común.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la marca **Planeta Gráfico** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 7 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Planeta Gráfico SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 19 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 7: Encuadernadoras; encuadernadoras de espiral para uso industrial; estampadoras de materias textiles; máquinas de estampado; máquinas de estampado automático; máquinas de estampado en caliente; máquinas estampadoras; máquinas para estampado en caliente; prensas de estampado; guillotinas en cuanto máquinas de cortar papel; guillotinas [máquinas de cortar papel]; máquinas laminadoras; cortadoras de papel.