

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 12807

Ref. Expediente N° SD2025/0042954

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 8 de mayo de 2025, FUNDACION ATAR TENENCIAS DEL MIRAR, solicitó el registro de la Marca WET WET (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1077, 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

¹ 32: Extractos de malta para elaborar cervezas; granulados de lúpulo para elaborar cerveza; granulados de lúpulo para hacer cerveza; gránulos de lúpulo para elaborar cerveza; kit de ingredientes para elaborar cerveza a domicilio compuestos principalmente por mosto de malta, concentrados de lúpulo y mosto lupulado; kits de ingredientes para elaborar cerveza compuestos principalmente por mosto de malta, concentrados de lúpulo y mosto lupulado; kits de ingredientes para la elaboración de cerveza casera en cuanto concentrado de mosto lupulado para elaborar cerveza; lúpulo congelado para elaborar cerveza; bebidas sin alcohol aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas sin alcohol; bebidas de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones; para elaborar bebidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0042954

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	Wet Sunday. Premium Frozen Drinks	Orlando Jose Niebles Evilla	SD2016/0022935	10	43	Marca	Registrada	25 mayo 2028
Nominativa	WET DECK	Starwood Hotels & Resorts Worldwide, LLC	12142154	9	43	Marca	Registrada	23 enero 2023

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° SD2025/0042954

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
WET WET	
	WET DECK

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado 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.”

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro ‘WET WET’, se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

WET WET / WET SUNDAY PREMIUM FROZEN DRINKS

Esta Dirección encuentra que los signos analizados WET WET / WET SUNDAY PREMIUM FROZEN DRINKS son similarmente confundibles en sus dimensiones ortográfica y fonética. En efecto, al apreciarlos en conjunto, se observa que la denominación solicitada WET WET, reproduce el elemento distintivo de la marca antecedente WET, sin contar con elementos adicionales que permitan su diferenciación, por lo que el consumidor podría interpretar que se encuentra ante una variación o innovación del signo conocido con anterioridad.



Ref. Expediente N° SD2025/0042954

Así mismo, desde el punto de vista fonético, se evidencia que la reproducción repetitiva del elemento **WET**, en ambos signos, requiere el mismo ejercicio de articulación, agudizando las ya advertidas semejanzas ortográficas entre los signos analizados.

WET WET / WET DECK

En términos similares se observan similitudes ortográficas y fonéticas entre los signos analizados, en la medida que el signo solicitado **WET WET**, contiene el elemento distintivo del signo antecedente **WET**, y carece de elementos adicionales que impidan el riesgo de confusión o asociación.

En cuanto al aspecto fonético, al pronunciar los elementos coincidentes **WET / WET**, estos generan un impacto sonoro idéntico, dado por la disposición de los fonemas utilizados.

Las referidas semejanzas imposibilitan la coexistencia de los signos en el mercado pues, existe un riesgo real de que el consumidor establezca asociaciones erradas respecto del origen empresarial de los bienes y servicios.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 32: Extractos de malta para elaborar cervezas; granulados de lúpulo para elaborar cerveza; granulados de lúpulo para hacer cerveza; gránulos de lúpulo para elaborar cerveza; kit de ingredientes para elaborar cerveza a domicilio compuestos principalmente por mosto de malta, concentrados de lúpulo y mosto lupulado; kits de ingredientes para elaborar cerveza compuestos principalmente por mosto de malta, concentrados de lúpulo y mosto lupulado; kits de ingredientes para la elaboración de cerveza casera en cuanto concentrado de mosto lupulado para elaborar cerveza; lúpulo congelado para elaborar cerveza; bebidas sin alcohol aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas sin alcohol; bebidas de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones; para elaborar bebidas.

Los signos previamente registrados identifican:

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° SD2025/0042954

Expediente SD2016/0022935 Clase 43: Preparación de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; preparación y suministro de comidas y bebidas de consumo inmediato; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicio de comidas y bebidas [servicios de camareros]; servicio de comidas y bebidas en tabernas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; suministro de bebidas alcohólicas; suministro de bebidas con alcohol; suministro de comidas y bebidas para cócteles; servicios de restaurante y bar.

Expediente 12142154 Clase 43: Alojamiento temporal, servicios de hotel, a saber, suministro de instalaciones recreativas y servicios de bar.

Conexidad competitiva entre productos de la Clase 32 y servicios de la Clase 43 Internacional (Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los productos solicitados de la clase 32 y los servicios protegidos en la clase 43 sean ofrecidos por un mismo empresario o grupo empresarial, atendiendo a las prácticas actuales del mercado en las que es usual que los productores de bebidas incluyan en su oferta la prestación de servicios de consumo directo en bares, restaurantes o establecimientos temáticos. Ello determina la posibilidad real de que el consumidor asocie ambos orígenes empresariales.

Asimismo, debe considerarse que los productos de la clase 32 —especialmente las cervezas, extractos de malta y kits para elaboración de cerveza— guardan una relación de complementariedad funcional y comercial con los servicios de preparación y suministro de bebidas de la clase 43, pues estos últimos constituyen un canal habitual de comercialización y promoción de tales productos. En efecto, es común que los fabricantes de bebidas desarrollen puntos de venta propios o franquicias de bares para posicionar su marca, generando una interdependencia económica entre los bienes y los servicios.

En ese contexto, la conexión competitiva se configura al existir una coincidencia en el público consumidor, un vínculo directo en los canales de distribución y una tendencia del mercado a la diversificación empresarial en ambos sectores. Por lo tanto, se advierte un riesgo cierto de que el consumidor promedio atribuya un mismo origen empresarial a los productos de la clase 32 y a los servicios de la clase 43, derivado de la semejanza de los signos y de las prácticas habituales en la industria de bebidas y restauración.

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

Resolución N° 12807

Ref. Expediente N° SD2025/0042954

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca WET WET (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por FUNDACION ATAR TENENCIAS DEL MIRAR, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a FUNDACION ATAR TENENCIAS DEL MIRAR, 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 24 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **32:** Extractos de malta para elaborar cervezas; granulados de lúpulo para elaborar cerveza; granulados de lúpulo para hacer cerveza; gránulos de lúpulo para elaborar cerveza; kit de ingredientes para elaborar cerveza a domicilio compuestos principalmente por mosto de malta, concentrados de lúpulo y mosto lupulado; kits de ingredientes para elaborar cerveza compuestos principalmente por mosto de malta, concentrados de lúpulo y mosto lupulado; kits de ingredientes para la elaboración de cerveza casera en cuanto concentrado de mosto lupulado para elaborar cerveza; lúpulo congelado para elaborar cerveza; bebidas sin alcohol aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas sin alcohol; bebidas de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones; para elaborar bebidas.