

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 35106

Ref. Expediente N° SD2025/0097615

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 24 de septiembre de 2025, la señora ELIANA FIGUEROA FIGUEROA GONZALEZ, solicitó el registro de la Marca PYC® PEGAS Y CINTAS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 16 y 17 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1094, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

¹ **16:** Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas y material de dibujo; pinceles; material de instrucción y material didáctico; hojas, películas y bolsas de materias plásticas para embalar y empaquetar; caracteres de imprenta, clichés de imprenta.

17: Caucho, gutapercha, goma, amianto y mica en bruto o semielaborados, así como sucedáneos de estos materiales; materias plásticas y resinas semielaboradas; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.

Ref. Expediente N° SD2025/0097615

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.

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 marca previamente registrada

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	PYC PEGAS & CINTAS	MANUFACTURAS ALGOTEX S.A.S.	SD2025/0048745	12	16	Marca	Registrada	10/03/2036

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° SD2025/0097615

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados PYC® PEGAS Y CINTAS y PYC PEGAS & CINTAS son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto y de manera sucesiva, se observa que presentan semejanzas ortográficas, fonéticas y gráficas altamente relevantes, comoquiera que el signo solicitado reproduce sustancialmente la composición nominativa y figurativa del signo antecedente, sin incorporar elementos adicionales con suficiente fuerza distintiva que permitan diferenciarlos en el mercado.

En primer lugar, desde el punto de vista ortográfico, ambos signos coinciden plenamente en la expresión principal “PYC”, ubicada en posición central y destacada dentro del conjunto. Asimismo, comparten la expresión secundaria “PEGAS Y CINTAS” / “PEGAS & CINTAS”, siendo la única diferencia la sustitución de la conjunción en español “Y” por el signo “&”, variación meramente formal que no altera la percepción global del consumidor. La inclusión del símbolo ® en el signo solicitado carece de relevancia distintiva, por tratarse de una indicación accesoria alusiva al registro marcario.

Desde la perspectiva fonética, la semejanza es prácticamente absoluta, toda vez que ambos signos serán pronunciados de manera idéntica o altamente similar por el consumidor medio: “PYC PEGAS Y CINTAS”. En efecto, el símbolo “&” será normalmente leído como “y”, de modo que la sonoridad, ritmo y cadencia de los signos coinciden sustancialmente, incrementando el riesgo de confusión auditiva.

Desde el punto de vista gráfico, la similitud es aún más evidente. Ambos signos presentan la sigla “PYC” en una tipografía gruesa, estilizada y de color rojo, acompañada de un

Ref. Expediente N° SD2025/0097615

elemento figurativo curvo en tonalidades azules o moradas, que rodea parcialmente la denominación principal y culmina en una figura triangular o puntiaguda en la parte superior.

Asimismo, la expresión complementaria “PEGAS Y& CINTAS” aparece en la parte inferior derecha, en tamaño menor y con una disposición semejante. Aunque el signo solicitado incorpora un fondo rectangular azul, dicho elemento no resulta suficiente para generar una impresión distintiva autónoma frente al conjunto marcario antecedente.

En consecuencia, las coincidencias nominativas, fonéticas y visuales generan una impresión de conjunto prácticamente idéntica, susceptible de inducir al consumidor a error respecto del origen empresarial de los productos o servicios distinguidos, o a creer erróneamente que se trata de una actualización, modificación o nueva presentación comercial del mismo signo o de una empresa económicamente vinculada.

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 16: Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas y material de dibujo; pinceles; material de instrucción y material didáctico; hojas, películas y bolsas de materias plásticas para embalar y empaquetar; caracteres de imprenta, clichés de imprenta.

Clase 17: Caucho, gutapercha, goma, amianto y mica en bruto o semielaborados, así como sucedáneos de estos materiales; materias plásticas y resinas semielaboradas; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2025/0048745 Clase16: Cintas adhesivas de doble cara para uso de papelería; cintas adhesivas de doble cara para uso doméstico; cintas adhesivas de embalaje para papelería o para uso doméstico; cintas adhesivas de embalaje para uso doméstico o de papelería; cintas adhesivas de enmascarar para papelería; cintas adhesivas de enmascarar para uso doméstico; cintas adhesivas de papelería y para uso doméstico; cintas autoadhesivas de papelería o para uso doméstico; cintas correctoras [artículos de oficina]; cintas correctoras de caracteres tipográficos; cintas de enmascarar de papelería o para uso doméstico; cintas de papel de fantasía (tanzaku); cintas de papel para calculadoras; cintas de papel que no sean de mercería; recambios de cintas correctoras para papelería; recambios de cintas correctoras para uso en papelería; washi tapes [cintas adhesivas de decoración para la papelería o para uso doméstico]; dispensadores automáticos de cinta adhesiva para uso en oficina; cinta engomada de papelería o de uso doméstico; cinta para bolsas de alimentos para su uso en congeladores; cinta para cerrar cajas de cartón; cinta para encuadernar; cinta selladora de papel cartón; cortadores de cinta adhesiva (artículos de papelería); soportes para cinta

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0097615

adhesiva; distribuidores automáticos de cinta adhesiva para la oficina; adhesivos para papelería; adornos de papel para fiestas; artículos de papel para la oficina.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 16 internacional de las marcas confrontadas (Identidad y Razonabilidad)

Verificada la cobertura de los signos confrontados, esta Dirección encuentra que entre los productos del signo solicitado en la clase 16 y los productos amparados por la marca registrada en la misma clase se configura una conexión competitiva por identidad y por razonabilidad.

En primer lugar, existe identidad respecto de varios de los productos confrontados. En efecto, el signo solicitado pretende distinguir de manera general “adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico”, categoría dentro de la cual se encuentran comprendidos productos específicos de la marca registrada tales como adhesivos para papelería, cintas adhesivas de papelería y para uso doméstico, cintas autoadhesivas de papelería o para uso doméstico, cintas adhesivas de embalaje, cintas de enmascarar, cinta engomada y demás variedades de cintas adhesivas destinadas a usos de oficina, papelería o domésticos. En ese sentido, los productos de la marca registrada constituyen especies comprendidas dentro del género reivindicado por el signo solicitado.

Por otra parte, se configura conexión competitiva por razonabilidad, dado que, atendiendo a la realidad del mercado, el consumidor medio podría considerar razonable que los productos confrontados provengan de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas. En efecto, en la práctica comercial es frecuente que una misma empresa dedicada al sector de la papelería, útiles de oficina, material escolar o suministros para embalaje comercialice de manera conjunta adhesivos, cintas, artículos de oficina, artículos de papel, materiales para encuadernar y productos de embalaje bajo una misma marca.

Adicionalmente, todos los productos confrontados suelen coincidir en los mismos canales de comercialización, tales como papelerías, almacenes de cadena, tiendas de suministros de oficina, ferreterías, supermercados y plataformas de comercio electrónico; se dirigen al mismo público consumidor, compuesto por hogares, estudiantes, oficinas y empresas; y satisfacen necesidades relacionadas con la organización, fijación, corrección, embalaje, papelería y trabajo administrativo.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 16 con los productos de la clase 17 internacional de las marcas confrontadas (Razonabilidad)

Esta Dirección encuentra que entre los productos del signo solicitado en la clase 17 y los productos amparados por la marca registrada en la clase 16 se configura una conexión competitiva por razonabilidad. Lo anterior, por cuanto, aun cuando se trata de productos clasificados en clases distintas, atendiendo a la realidad del mercado el consumidor medio podría considerar razonable que provengan de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas.

En efecto, los productos del signo solicitado comprenden materias primas o materiales semielaborados tales como caucho, goma, materias plásticas y resinas semielaboradas, materiales para aislar y tubos flexibles no metálicos, los cuales guardan relación funcional y comercial con los productos de la marca registrada, consistentes principalmente en cintas adhesivas, adhesivos, cintas de embalaje, cintas de enmascarar, cintas engomadas y artículos relacionados con fijación, sellado o empaque.

Ref. Expediente N° SD2025/0097615

Asimismo, en la práctica comercial es frecuente que empresas dedicadas a la producción o comercialización de adhesivos, cintas técnicas, materiales de empaque, productos de sellado o soluciones de fijación ofrezcan simultáneamente productos terminados de las clases 16 y 17 bajo una misma marca, o a través de líneas comerciales vinculadas.

En consecuencia, desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable considerar que los productos confrontados provienen del mismo empresario o de empresas económicamente vinculadas, configurándose una conexión competitiva por razonabilidad, susceptible de generar riesgo de confusión o asociación empresarial en el mercado.

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 PYC® PEGAS Y CINTAS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 16 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la señora ELIANA FIGUEROA FIGUEROA GONZALEZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca PYC® PEGAS Y CINTAS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 17 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por la señora ELIANA FIGUEROA FIGUEROA GONZALEZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a ELIANA FIGUEROA FIGUEROA GONZALEZ, 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 12 de mayo de 2026

⁵ 16: Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas y material de dibujo; pinceles; material de instrucción y material didáctico; hojas, películas y bolsas de materias plásticas para embalar y empaquetar; caracteres de imprenta, clichés de imprenta.

⁶ 17: Caucho, gutapercha, goma, amianto y mica en bruto o semielaborados, así como sucedáneos de estos materiales; materias plásticas y resinas semielaboradas; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.

Ref. Expediente N° SD2025/0097615



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS