

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 45478

Ref. Expediente N° SD2026/0011279

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 5 de febrero de 2026, IPEL- ITIBANYL PRODUTOS ESPECIAIS LTDA, solicitó el registro de la Marca IPEL (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en las clases 1, 2 y 5 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1097, 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**

<sup>1</sup> 1: Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones para la extinción de incendios y la prevención de incendios; preparaciones para temple y soldadura; productos químicos para conservar alimentos; sustancias curtientes; adhesivos para uso industrial.

2: Pinturas, barnices, lacas; productos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; colorantes; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintura, decoración, imprenta y trabajos artísticos.

5: Preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; materiales para empastes dentales, ceras dentales; desinfectantes; preparaciones para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Ref. Expediente N° SD2026/0011279

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 tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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     |
|------------|-------|---------------------------------|------------|------|-------|---------|------------|--------------|
| Nominativa | IPEL  | GLOBAL CHEMICAL DE COLOMBIA SAS | 08049285   | 9    | 1     | Marca   | Registrada | 28 nov. 2028 |

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado | La marca registrada |
|---------------------|---------------------|
| IPEL                | IPEL                |

<sup>2</sup> •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. (...)"

<sup>3</sup> 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° SD2026/0011279

## Jurisprudencia

### Comparación entre marcas nominativas.

El Tribunal Andino de Justicia, en el Proceso 0118-IP-2013, ha sostenido que:

*“Al momento de realizar la comparación entre dos signos denominativos, el examinador debe tomar en cuenta los siguientes criterios: Se debe analizar cada signo en su conjunto, es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta, las sílabas o letras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, ya que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado. Se debe igualmente precisar acerca de 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. Se debe observar el orden de las vocales, pues esto indica la sonoridad de la denominación. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, porque esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.*

### Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el signo solicitado a registro **IPEL** frente al signo antecedente IPEL, es susceptible de generar riesgo de confusión por cuanto se trata de signos idénticos, en su elemento nominativo, por lo que se obvia cualquier análisis comparativo entre los mismos. Al respecto ha señalado el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

*“La comparabilidad entre marcas idénticas no requiere reglas distintas del cotejo, comparación simple y confrontación visual de dos signos idénticos para derivar de ellos el gravísimo riesgo de confusión, sin necesidad de acudir a métodos sofisticados, a elucubraciones mayores o a una elaboración del pensamiento o del raciocinio. Hasta en las pruebas más elementales de comprensión y asociación de ideas, que practican a los niños, basta con que ellos vean imágenes iguales para deducir de ellas una identidad determinada.” (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 21-IP-96, G.O. 318 de enero 26 de 1998. Citada en proceso 59-IP-2000, el primero de septiembre del año 2000, relativo a la marca MAX MARA).*

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 servicios<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> 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° SD2026/0011279

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**1:** Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones para la extinción de incendios y la prevención de incendios; preparaciones para temple y soldadura; productos químicos para conservar alimentos; sustancias curtientes; adhesivos para uso industrial.

**2:** Pinturas, barnices, lacas; productos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; colorantes; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintura, decoración, imprenta y trabajos artísticos.

**5:** Preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; materiales para empastes dentales, ceras dentales; desinfectantes; preparaciones para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

El signo previamente registrado identifica:

| Expediente | Productos y/o servicios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 08049285   | (1): productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria. |

### Identidad de productos de clase 1

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

En efecto, ambos signos identifican productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura y otros, lo cual perfecciona la relación de IDENTIDAD antedicha, por lo que no se requiere mayor análisis para acreditar los criterios de conexidad competitiva dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

(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° SD2026/0011279

**Conexión competitiva entre los productos de la clase 2 solicitados y los productos de la clase 1 internacional (Razonabilidad)**

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.

Escenario que se presenta en este caso, dado que el signo solicitado identifica pinturas, productos contra la herrumbre y el deterioro de la madera, resinas naturales en estado bruto y similares, mientras que la marca previa ampara productos químicos destinados a la industria, ciencia, resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto, preparaciones para el temple y soldadura de metales, así como adhesivos destinados a la industria.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe la posibilidad de que los productos identificados por ambos signos sean ofrecidos por empresas pertenecientes al mismo sector químico e industrial. En efecto, es frecuente en el mercado que fabricantes de productos químicos industriales desarrollen y comercialicen tanto materias primas químicas, resinas y compuestos para uso industrial como productos terminados destinados al recubrimiento, protección y tratamiento de superficies, tales como pinturas, barnices y lacas.

Así mismo, la conexidad bajo el criterio de razonabilidad también se presenta entre las resinas naturales en estado bruto del signo solicitado y las resinas artificiales en estado bruto de la marca previa. Aunque se trata de productos distintos en su composición, ambos pertenecen al mismo sector económico y productivo relacionado con materias primas utilizadas en la industria química, de pinturas, adhesivos y recubrimientos, razón por la cual el consumidor puede considerar razonablemente que proceden de una misma empresa o de empresas vinculadas económicamente.

**Conexión competitiva entre los productos de la clase 5 solicitados y los productos de la clase 1 internacional (Razonabilidad)**

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 ubicados en diferentes clases del nomenclador, conforme a las prácticas comerciales del mercado actual, el consumidor podría creer que las preparaciones para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas del signo solicitado (clase 5) tienen el mismo origen empresarial de los productos químicos destinados a la agricultura, horticultura y silvicultura; abono para las tierras y similares de la marca previa.

En efecto, dichos productos comparten un mismo ámbito de aplicación relacionado con la protección y el tratamiento de cultivos, plantas y entornos agrícolas. El consumidor puede percibir que una misma empresa dedicada al sector químico agrícola ofrece tanto productos químicos para uso agrícola general como fungicidas, herbicidas y demás productos fitosanitarios.

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*

Ref. Expediente N° SD2026/0011279

*a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”*

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 1:** Negar el registro de la Marca IPEL (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 1 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por IPEL-ITIBANYL PRODUTOS ESPECIAIS LTDA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 2:** Negar el registro de la Marca IPEL (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 2 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>6</sup>, solicitada por IPEL-ITIBANYL PRODUTOS ESPECIAIS LTDA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 3:** Negar el registro de la Marca IPEL (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>7</sup>, solicitada por IPEL-ITIBANYL PRODUTOS ESPECIAIS LTDA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 4:** Notificar de esta resolución a IPEL- ITIBANYL PRODUTOS ESPECIAIS LTDA, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

**ARTÍCULO 5:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 17 de junio de 2026

<sup>5</sup> 1: Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones para la extinción de incendios y la prevención de incendios; preparaciones para temple y soldadura; productos químicos para conservar alimentos; sustancias curtientes; adhesivos para uso industrial.

<sup>6</sup> 2: Pinturas, barnices, lacas; productos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; colorantes; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintura, decoración, imprenta y trabajos artísticos.

<sup>7</sup> 5: Preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; materiales para empastes dentales, ceras dentales; desinfectantes; preparaciones para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Ref. Expediente N° SD2026/0011279



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**