

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 51854

Ref. Expediente N° SD2025/0103664

Por la cual se niega un registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 8 de octubre de 2025, **ETIPEL SAS**, solicitó el registro de la Marca **ETIPEL IMPRESIÓN QUE CREA IDENTIDAD** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 16 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, 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.

¹ **16:** Aparatos manuales para etiquetar; cintas para impresoras de etiquetas manuales; cintas para impresoras de etiquetas manuales [artículos de oficina]; etiquetadoras de oficina; etiquetas adhesivas de papel; etiquetas colgantes de cartón; etiquetas colgantes de papel; etiquetas de cartón; etiquetas de cartón para artículos de equipaje; etiquetas de cartulina; etiquetas de direcciones; etiquetas de equipaje impresas; etiquetas de expedición; etiquetas de identificación de papel; etiquetas de papel; etiquetas de papel de borrado en mojado; etiquetas de papel en blanco o parcialmente impresas; etiquetas de papel identificativas; etiquetas de papel impresas; etiquetas de papel impresas para uso en las carpetas de archivos; etiquetas de papel impresas para uso en los contenedores de almacenamiento; etiquetas de papel o cartón; etiquetas de papel o de cartón; etiquetas de papel para envíos; etiquetas de papel para identificación; etiquetas de papel para reclamar equipajes; etiquetas de papel para regalos; etiquetas de papel pintadas a mano para botellas de vino; etiquetas de papel que se pueden borrar en húmedo; etiquetas de precio; etiquetas de precio en cartón; etiquetas de precio en papel; etiquetas de precios; etiquetas decorativas impresas para botellas de vino; etiquetas impresas en papel de fantasía; etiquetas para direcciones; etiquetas pintadas a mano para botellas de vino; etiquetas que no sean de materias textiles para códigos de barras; etiquetas reforzadas de papelería; etiquetas térmicas sin imprimir; impresoras de etiquetas, a saber, máquinas de imprimir direcciones; impresoras de etiquetas manuales; impresoras de etiquetas manuales [artículos de oficina]; marcos portaetiquetas para ficheros; papel para etiquetas.

Ref. Expediente N° SD2025/0103664

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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	ETHYPEL	STERIMED SAS	SD2017/0030847	10	16	Marca	Registrada	15/04/2036

Los signos a comparar son los siguientes:

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 (dentrífico) 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° SD2025/0103664

El signo solicitado	La marca registrada
	ETHYPEL

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado 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. 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 son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado **ETIPEL IMPRESIÓN QUE CREA IDENTIDAD** reproduce parcialmente el signo antecedente **ETHYPEL**, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para su plena diferenciación.

Desde el punto de vista ortográfico, este Despacho observa que la denominación principal del signo solicitado, **"ETIPEL"**, reproduce en gran medida la estructura del signo antecedente **"ETHYPEL"**, compartiendo las letras iniciales **"ET"**, la terminación **"PEL"** y una configuración gráfica altamente semejante. La diferencia consiste únicamente en la sustitución de la secuencia **"HY"** por la vocal **"I"**, variación que no resulta suficiente para conferir a los signos una apariencia visual claramente diferenciada.



Ref. Expediente N° SD2025/0103664

Asimismo, la expresión "IMPRESIÓN QUE CREA IDENTIDAD" acompaña la denominación principal y, por tanto, posee una menor incidencia en la percepción global del consumidor, quien centrará su atención en el elemento denominativo "ETIPEL".

En el aspecto fonético, los signos confrontados presentan una marcada semejanza sonora. En efecto, las denominaciones "ETIPEL" y "ETHYPEL" conservan la misma estructura silábica y comparten la pronunciación de los sonidos iniciales y finales, diferenciándose únicamente por la articulación de la secuencia intermedia "HY", circunstancia que no elimina la proximidad auditiva entre los signos, especialmente considerando que el consumidor conserva un recuerdo imperfecto de las marcas.

Así las cosas, apreciados los signos en su conjunto y atendiendo a la impresión general que producen, este Despacho considera que las semejanzas ortográficas y fonéticas advertidas resultan relevantes, toda vez que el signo solicitado reproduce en gran medida la estructura denominativa del signo antecedente "ETHYPEL", diferenciándose únicamente por la sustitución de la secuencia "HY" por la vocal "I", modificación que no resulta suficiente para conferir a los signos una impresión marcaria claramente diferenciada

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:

16: Aparatos manuales para etiquetar; cintas para impresoras de etiquetas manuales; cintas para impresoras de etiquetas manuales [artículos de oficina]; etiquetadoras de oficina; etiquetas adhesivas de papel; etiquetas colgantes de cartón; etiquetas colgantes de papel; etiquetas de cartón; etiquetas de cartón para artículos de equipaje; etiquetas de cartulina; etiquetas de direcciones; etiquetas de equipaje impresas; etiquetas de expedición; etiquetas de identificación de papel; etiquetas de papel; etiquetas de papel de borrado en mojado; etiquetas de papel en blanco o parcialmente impresas; etiquetas de papel identificativas; etiquetas de papel impresas; etiquetas de papel impresas para uso en las carpetas de archivos; etiquetas de papel impresas para uso en los contenedores

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° SD2025/0103664

de almacenamiento; etiquetas de papel o cartón; etiquetas de papel o de cartón; etiquetas de papel para envíos; etiquetas de papel para identificación; etiquetas de papel para reclamar equipajes; etiquetas de papel para regalos; etiquetas de papel pintadas a mano para botellas de vino; etiquetas de papel que se pueden borrar en húmedo; etiquetas de precio; etiquetas de precio en cartón; etiquetas de precio en papel; etiquetas de precios; etiquetas decorativas impresas para botellas de vino; etiquetas impresas en papel de fantasía; etiquetas para direcciones; etiquetas pintadas a mano para botellas de vino; etiquetas que no sean de materias textiles para códigos de barras; etiquetas reforzadas de papelería; etiquetas térmicas sin imprimir; impresoras de etiquetas, a saber, máquinas de imprimir direcciones; impresoras de etiquetas manuales; impresoras de etiquetas manuales [artículos de oficina]; marcos portaetiquetas para ficheros; papel para etiquetas.

El signo previamente registrado identifica:

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

SD2017/0030847	(16): Papel de esterilización para embalaje de equipos médico-quirúrgicos.
-----------------------	---

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases se pueden encontrar productos 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 en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional.

En efecto, el producto "papel de esterilización para embalaje de equipos médico-quirúrgicos" protegido por el registro antecedente corresponde a una **modalidad específica de papel**, mientras que el signo solicitado pretende distinguir, entre otros, papel para etiquetas, etiquetas de papel, etiquetas de papel impresas, etiquetas de papel o cartón, etiquetas de papel para envíos, etiquetas de identificación de papel, etiquetas de precio en papel y demás artículos elaborados total o parcialmente en papel o cartón.

Lo anterior, da lugar a la relación de GÉNERO- ESPECIE 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.

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 **ETIPEL IMPRESIÓN QUE CREA**

Ref. Expediente N° SD2025/0103664

IDENTIDAD (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase16 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por etipel sas, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a etipel sas, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 8 de julio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)

⁵ **16:** Aparatos manuales para etiquetar; cintas para impresoras de etiquetas manuales; cintas para impresoras de etiquetas manuales [artículos de oficina]; etiquetadoras de oficina; etiquetas adhesivas de papel; etiquetas colgantes de cartón; etiquetas colgantes de papel; etiquetas de cartón; etiquetas de cartón para artículos de equipaje; etiquetas de cartulina; etiquetas de direcciones; etiquetas de equipaje impresas; etiquetas de expedición; etiquetas de identificación de papel; etiquetas de papel; etiquetas de papel de borrado en mojado; etiquetas de papel en blanco o parcialmente impresas; etiquetas de papel identificativas; etiquetas de papel impresas; etiquetas de papel impresas para uso en las carpetas de archivos; etiquetas de papel impresas para uso en los contenedores de almacenamiento; etiquetas de papel o cartón; etiquetas de papel o de cartón; etiquetas de papel para envíos; etiquetas de papel para identificación; etiquetas de papel para reclamar equipajes; etiquetas de papel para regalos; etiquetas de papel pintadas a mano para botellas de vino; etiquetas de papel que se pueden borrar en húmedo; etiquetas de precio; etiquetas de precio en cartón; etiquetas de precio en papel; etiquetas de precios; etiquetas decorativas impresas para botellas de vino; etiquetas impresas en papel de fantasía; etiquetas para direcciones; etiquetas pintadas a mano para botellas de vino; etiquetas que no sean de materias textiles para códigos de barras; etiquetas reforzadas de papelería; etiquetas térmicas sin imprimir; impresoras de etiquetas, a saber, máquinas de imprimir direcciones; impresoras de etiquetas manuales; impresoras de etiquetas manuales [artículos de oficina]; marcos portaetiquetas para ficheros; papel para etiquetas.