



Manual de uso — TST

Trademark Search Tool by ENGNOVUS · Guía rápida para hacer una búsqueda de marcas y leer sus resultados

1. ¿Qué es TST?

TST es la herramienta de búsqueda fonética y legal de marcas de ENGNOVUS. Antes de solicitar el registro de una marca (o para revisar el riesgo de una ya en uso), TST consulta simultáneamente varias fuentes oficiales y de mercado y compara la marca ingresada contra lo que ya existe, usando similitud fonética, ortográfica y de orden de las palabras.

Fuentes que consulta cada búsqueda:

- **SENADI (Gaceta, Ecuador)** — marcas publicadas en la Gaceta de Propiedad Industrial ecuatoriana.
- **EUIPO** — Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea.
- **Brave (web)** — menciones en la web abierta, como señal adicional de uso en el mercado.

2. Cómo hacer una búsqueda

El formulario de búsqueda (página principal de TST) tiene los siguientes campos:

- **Nombre de la marca *** (obligatorio) — el nombre que quieres someter a búsqueda, tal como se usaría en el mercado o se registraría.
- **Cliente** (opcional) — solo para tu referencia interna; no aparece en el reporte descargable.
- **Clase NIZA** (opcional) — la clase de productos/servicios de la Clasificación de Niza (ej. clase 25 = calzado y ropa). Puedes escribir el número si lo sabes, o buscar por palabra clave (ej. "software", "calzado") y TST te sugiere la clase. Si se deja vacío, se consultan todas las clases.
- **Tipo de marca** — Denominativa (solo texto), Figurativa (solo imagen/logo) o Mixta (texto + imagen).
- **Imagen de la marca** — aparece solo si el tipo es figurativa o mixta. Se analiza con IA para sugerir categorías de la Clasificación de Viena y buscar referencias visuales similares.
- **Nombre y logo de tu empresa** (opcional) — si tu empresa está suscrita a TST, aparecen en el encabezado del reporte PDF como la empresa que hizo la búsqueda.

Herramienta de búsqueda de marcas - TST

Nombre de la marca * Servientrega Escribe aquí el nombre de la marca que quieres someter a búsqueda, tal como se usaría en el mercado.	Cliente Ejemplo de cliente Opcional: para tu propia referencia interna. No aparece en el reporte PDF.
Clase NIZA Indica la clase de productos o servicios de la marca (ej: clase 25 = calzado y ropa). Deja este campo vacío si quieres consultar todas las clases. 43 Buscar clase por palabra clave (ej: calzado, software)... Consultar clasificación NIZA (WIPO) si no sabes la clase.	Tipo de marca Denominativa ▼ Denominativa: solo texto. Figurativa: solo imagen/logo. Mixta: texto + imagen combinados.
Nombre de tu empresa (opcional) Mi empresa Si tu empresa está suscrita a TST, aparecerá en el encabezado del reporte PDF como la empresa que realizó la búsqueda.	Logo de tu empresa (opcional) Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado Se muestra junto al nombre de tu empresa en el encabezado del reporte PDF.
Buscar	

Al hacer clic en **Buscar**, TST consulta las fuentes en paralelo — la búsqueda puede tardar unos segundos mientras se muestra un indicador de carga.

3. Cómo interpretar los resultados

Recomendación preliminar

En la parte superior de los resultados aparece una recomendación preliminar con un nivel de riesgo (alto riesgo, riesgo moderado, riesgo bajo o sin datos suficientes), calculado a partir de las coincidencias encontradas.

Esta recomendación no constituye asesoría legal ni un certificado de disponibilidad: es una orientación basada en las fuentes consultadas. La decisión final de someter o no una marca a registro debe tomarse junto con un abogado especialista en propiedad intelectual.

Fuentes consultadas

Debajo de la recomendación se listan las fuentes consultadas. Si alguna no estuvo disponible durante la búsqueda (ej. el sitio oficial estaba caído en ese momento), aparece marcada como "no disponible".

Tablas de resultados por fuente

Para SENADI y EUIPO se muestra una tabla con la marca candidata encontrada, su titular, clases NIZA, tipo de signo, y cuatro porcentajes de similitud contra la marca buscada: fonética, ortográfica, de orden de las palabras, y el total combinado. Para Brave (web) se muestran referencias de uso en la web, sin porcentajes de similitud formal.

Marcas candidatas encontradas (45 en total)

SENADI (Ecuador) (31)

Marca	Titular	Gaceta	NIZA	Tipo	% Fon.	% Ortog.	% Orden	% Total
S servientrega & Diseño	SERVIENTREGA S.A.	Gaceta 702 SENADI-2021-77072	36	Mixto	96%	95%	92%	95%
SERVIENTREGABOX MÁSGRÁFICA	SERVIENTREGA S.A	Gaceta 622 IEPI-2016-88980	39	Mixto	90%	90%	65%	86%
SERVI	PEDRO FERNANDO RIERA CARPIO	Gaceta 758 SENADI-2025-107583	12	Denominativo	90%	90%	59%	85%
SservientregaMundod eSoluciones & Diseño	SERVIENTREGA S.A.	Gaceta 702 SENADI-2021-77089	35	Mixto	90%	90%	57%	85%
SUPERENTREGA	LOGÍSTICA SUPERENTREGA S.A.S.	Gaceta 733 SENADI-2023-25953	39	Mixto	83%	83%	83%	83%

Referencias visuales (solo marcas figurativas o mixtas)

Si subiste una imagen, TST también muestra una galería de imágenes similares encontradas en la web. Estas **no confirman** que exista una marca registrada — son solo una señal de qué tan común es ese estilo visual en el mercado.

4. Descargar el reporte en PDF

Con el botón **Descargar reporte PDF** (arriba o al final de los resultados) se genera un documento con el mismo contenido de la pantalla — recomendación, fuentes consultadas y las tablas de resultados — listo para compartir con tu cliente o adjuntar a un expediente.



Reporte de búsqueda de marcas - generado el 31/07/2026 a las 20:46

Búsqueda realizada por: Mi empresa	
Marca analizada	Servientrega
Ciente	Ejemplo de cliente
Clase NIZA	No especificada
Tipo de marca	Denominativa
Consultado por	piXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXom
Licencia	78XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXaa · vence 30/08/2026
Fecha y hora de emisión	31/07/2026 · 20:46

Recomendación preliminar

Se encontraron marcas con 95.1% de similitud fonetica/ortografica. Riesgo alto de objecion por parte de la oficina o de oposicion de terceros. Se recomienda evaluar una alternativa o realizar un analisis legal detallado antes de presentar la solicitud.

Este resultado no constituye asesoría legal ni un certificado de disponibilidad; es una orientación preliminar basada exclusivamente en las fuentes consultadas.

Fuentes consultadas: EUIPO, SENADI (Gaceta), Brave (web)

Marcas candidatas encontradas (45 en total)

SENADI (Ecuador) (31)

Marca	Titular	Gaceta	NIZA	Tipo	% Fon.	% Ortog.	% Orden	% Total
S servientrega & Diseño	SERVIENTREGA S.A.	Gaceta 702 SENADI-2021-77072	36	Mixto	96%	95%	92%	95%
SERVIENTREGABOX MÁSGRÁFICA	SERVIENTREGA S.A	Gaceta 622 IEPI-2016-68980	39	Mixto	90%	90%	65%	86%
SERVI	PEDRO FERNANDO RIERA CARPIO	Gaceta 758 SENADI-2025-107583	12	Denominativo	90%	90%	59%	85%
SservientregaMundod eSoluciones & Diseño	SERVIENTREGA S.A.	Gaceta 702 SENADI-2021-77089	35	Mixto	90%	90%	57%	85%
SUPERENTREGA	LOGISTICA SUPERENTREGA S.A.S.	Gaceta 733 SENADI-2023-25953	39	Mixto	83%	83%	83%	83%

Marca	Titular	Gaceta	NIZA	Tipo	% Fon.	% Ortog.	% Orden	% Total
SIE	SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT INC.	Gaceta 617 IEPi-2016-24524 235	16	Denominativo	72%	72%	40%	67%
SIE	SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT INC.	Gaceta 618 IEPi-2016-24520	9	Denominativo	72%	72%	40%	67%
SEW	SEW-EURODRIVE GMBH & CO. KG	Gaceta 618 IEPi-2016-57730	37	Denominativo	72%	72%	27%	65%
REGIA	INDUSTRIAL DANEC S.A.	Gaceta 621 IEPi-2016-79938	29	Denominativo	60%	80%	47%	65%
RW	AUTORADIADORSO CIEDADANONIMAA UTORAD S.A.	Gaceta 613 IEPi-2015-26413	12	Denominativo	90%	45%	14%	63%

EUIPO (Unión Europea) (3)

Marca	Titular	NIZA	Tipo	% Fon.	% Ortog.	% Orden	% Total
S SERVIENTREGA	-	35, 38, 39	Figurativa	96%	95%	92%	95%
S SERVIENTREGA MUNDO DE SOLUCIONES	SERVIENTREGA	35, 36, 38, 39	Figurativa	90%	90%	56%	59%
SERVIENTREGA CENTRO DE SOLUCIONES	SERVIENTREGA	36, 38, 39	Figurativa	90%	90%	57%	51%

Web (referencia) (11)

Referencia encontrada	Tipo	% Fon.	% Ortog.	% Orden	% Total
Servientrega USA Tracking	(Referencia web)	90%	90%	65%	52%
Franquicia de Servientrega - Fanyf	(Referencia web)	90%	90%	58%	51%
Servientrega es protegida por la Superindustria por ser una marca notoria AsuntosLegales.co	(Referencia web)	90%	90%	30%	46%
Servientrega frenó registro de la marca Servi Carga en la Superintendencia de Industria AsuntosLegales.co	(Referencia web)	90%	90%	25%	44%
Guía de Uso de Marca Identidad Visual Servientrega	(Referencia web)	90%	90%	48%	44%
Servientrega no logró frenar el registro de la marca Bómeran ante la Superintendencia	(Referencia web)	90%	90%	30%	38%
Por notoriedad de Servientrega, Superindustria negó el registro de Envientrega de Colombia AsuntosLegales.co	(Referencia web)	90%	90%	24%	38%
Servientrega no logra tumbar registro de marca 'Verde' de Grupo Corona AsuntosLegales.co	(Referencia web)	90%	90%	28%	38%
Servientrega no logró frenar ante la Superintendencia la marca de Inter Rapidísimo AsuntosLegales.co	(Referencia web)	90%	90%	25%	38%
SERVIENTREGA NO PODRÁ HACER USO DEL REGISTRO DE LA MARCA 'CENTRO DE SERVICIOS' – Consejo de Estado	(Referencia web)	90%	90%	29%	37%
Superindustria protege la notoriedad de la marca SERVIENTREGA y niega el registro de SERVIFACIL Superintendencia de...	(Referencia web)	60%	60%	20%	25%

Estas menciones web no confirman que la marca esté registrada – son solo una señal de si existen productos o servicios en el mercado con ese nombre. Para saber si una marca está realmente registrada hay que confirmarlo en las oficinas oficiales (EUIPO, SENADI u otras).

Disponibilidad de dominios y redes sociales

Verificación automática puntual al momento de generar este reporte; puede cambiar en cualquier momento y no reemplaza confirmar directamente en cada plataforma.

dominio	Estado
servientrega.com	No se pudo verificar
servientrega.net	No se pudo verificar
servientrega.org	No se pudo verificar
servientrega.io	No se pudo verificar
servientrega.co	No se pudo verificar
servientrega.ec	No se pudo verificar
servientrega.com.ec	No se pudo verificar

Red	Usuario	Estado
X (Twitter)	@servientrega	En uso
LinkedIn	servientrega	En uso
Instagram	@servientrega	Revisar manualmente
TikTok	@servientrega	Revisar manualmente
Facebook	servientrega	Revisar manualmente

Recomendaciones

Importante: el registro de una marca se evalúa en términos de probabilidades, ya que la decisión final depende de la autoridad competente y de si terceros presentan oposiciones. Un resultado de riesgo bajo en este informe implica una mayor probabilidad de registro exitoso, aunque no lo garantiza.

- Esta búsqueda se realiza con base en la información disponible a la fecha de la consulta. Si durante el trámite de registro un tercero presenta una solicitud que pueda afectar a esta marca, el nivel de riesgo podría aumentar.
- La vigilancia de marca es un proceso que debe realizarse después de obtenida la concesión, con el fin de detectar a tiempo solicitudes futuras de terceros que puedan perjudicar tu marca.
- La disponibilidad de dominios y de usuarios en redes sociales es un indicador adicional de la viabilidad de la marca: confirma si podrá tener presencia consistente en esos canales, lo cual favorece su posicionamiento tanto en el comercio físico como en el comercio digital, y facilita construir una marca reconocible a nivel global.

TST — Herramienta de búsqueda de marcas by ENGN OVUS. Documento de uso interno. Búsqueda web: Powered by Brave Search.

5. Acceso y seguridad

El acceso a TST está restringido solo a personal ENGN OVUS y empresas con licencia activa. Por seguridad, si se ingresa una contraseña incorrecta 5 veces en 15 minutos desde el mismo lugar, TST bloquea temporalmente los intentos de acceso desde ahí durante esos 15 minutos, para proteger las cuentas frente a intentos de adivinar contraseñas. Pasado ese tiempo (o reiniciando el servicio), el acceso se restablece automáticamente — no es necesario contactar a soporte, solo esperar y volver a intentarlo con la contraseña correcta.

6. Soporte

¿Dudas o problemas usando TST? Escríbenos por WhatsApp desde el botón flotante disponible en cualquier página de la herramienta.