

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 51943

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 21 de enero de 2025, la sociedad **ACXA ENTERPRISES SAS**, solicitó el registro de la marca **+ COSTA AZUL** (nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1060 de 6 de marzo de 2025, la sociedad **COMERCIAL +BIOS S.A.S.** presentó oposición con fundamento en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“Las marcas de las cuales es titular el opositor, señaladas anteriormente, conforman una familia de marcas donde el elemento común es la expresión CAMPO AZUL. El consumidor promedio se encuentra familiarizado con la idea que transmiten estas expresiones y reconocen el origen empresarial de las mismas. En consecuencia, al encontrarse con una marca como la solicitada, asumirá que se trata de una marca de mi poderdante o una nueva línea derivada de sus marcas CAMPO AZUL.

Aplicando lo anteriormente expuesto al caso en concreto, la familia de marcas de mi representada deja completamente clara la intención de generar una recordación especial en el consumidor respecto de las expresiones CAMPO AZUL y, que estos, de manera directa, identifiquen el origen empresarial de los productos que se identifican bajo esta.

En el análisis comparativo de los signos distintivos, es fundamental identificar cuáles son los elementos que realmente tienen la capacidad de individualizar una marca en el mercado. En este contexto, frente a la marca solicitada + COSTA AZUL, se considera pertinente excluir del análisis el signo “+”, por tratarse de un componente que carece de fuerza distintiva propia y que, en consecuencia, no influye de manera determinante en la percepción del consumidor. Este símbolo es de uso común y, en la mayoría de los casos, cumple una función meramente ornamental o accesorio, sin aportar elementos significativos que modifiquen la identidad del conjunto marcario.

La exclusión del signo “+” permite centrar el análisis comparativo en el elemento nominativo principal, que en este caso es COSTA AZUL. Esta expresión es la que posee capacidad evocativa, fonética y conceptual, y es sobre la cual recae el verdadero impacto en la mente del consumidor. En otras palabras, es el término COSTA AZUL el que cumple la función distintiva dentro del contexto marcario, mientras que el símbolo “+” no añade contenido conceptual ni fonético que altere de forma sustancial la percepción del conjunto.

Las marcas COSTA AZUL y CAMPO AZUL presentan una similitud conceptual e ideológica evidente que no puede pasarse por alto dentro del análisis comparativo, especialmente al tratarse de signos destinados a identificar productos del mismo género, como lo son los alimentos protegidos por la clase 29. Ambas expresiones comparten un mismo componente evocador y dominante: la palabra “AZUL”, que no

¹ 29: Atún en lata; atún enlatado; atún enlatado [conservas]; conservas de pescado; conservas de pescado envasadas al vacío; pescado en conserva; pescado enlatado [conservas]; sardinas [pescado].

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

solo tiene una fuerte carga simbólica, sino que también actúa como eje semántico de los signos.

Además, las palabras “COSTA” y “CAMPO” hacen referencia a espacios geográficos de origen natural, amplios y abiertos, lo que refuerza aún más la coincidencia ideológica entre ambos signos. Ambos conceptos evocan un lugar asociado con la naturaleza, lo cual enmarca a las marcas dentro de un mismo universo de significado. Esta cercanía conceptual lleva al consumidor a interpretar ambas marcas bajo una lógica común: productos provenientes de un entorno natural, ligados a la calidad y autenticidad de origen.

En cuanto a los elementos que acompañan al término común, COSTA y CAMPO, aunque diferentes, poseen similitudes ortográficas evidentes. Ambas palabras están compuestas por cinco letras, comienzan con la letra C y contienen exactamente las mismas vocales A y O, lo que genera una apariencia visual similar al ser leídas o vistas en conjunto. Esta configuración genera una impresión gráfica comparable, facilitando que el consumidor, especialmente en contextos de adquisición rápida como los supermercados o tiendas, perciba ambos signos como cercanos o vinculados.

La combinación de elementos comunes y semejantes refuerza una percepción de cercanía ortográfica que puede resultar en un riesgo de confusión en el público consumidor, más aún cuando los productos que identifican en la clase 29 son de consumo cotidiano y no requieren de análisis detallado para su elección. El consumidor promedio no suele realizar una lectura pausada o analítica de los signos, sino que actúa motivado por la familiaridad visual, lo que hace más probable que las marcas sean confundidas entre sí por su similitud en la forma escrita.

Ambas palabras comienzan con la consonante “C” y están formadas por una sílaba inicial fuerte seguida de una sílaba final suave, lo que contribuye a una cadencia casi paralela al ser pronunciadas. Este tipo de estructuras similares no solo facilita la confusión auditiva, sino que también puede generar asociaciones inconscientes entre las marcas, especialmente cuando se difunden en contextos cotidianos como la radio, conversaciones verbales o entornos comerciales con ruido ambiental.

Adicionalmente, cuando los signos se perciben en situaciones donde la atención del consumidor es limitada o superficial —como suele ocurrir en supermercados, puntos de venta o campañas publicitarias masivas—, el consumidor promedio no realiza un análisis fonético detallado. Por el contrario, se guía por impresiones generales basadas en la sonoridad global del signo, lo cual incrementa el riesgo de confusión entre COSTA AZUL y CAMPO AZUL al percibirse como marcas de pronunciación semejante.

Desde el punto de vista de la intercambiabilidad, los productos que protegen ambas marcas están destinados a fines alimenticios similares: satisfacer necesidades de consumo cotidiano en el ámbito de las proteínas y alimentos procesados. Por ejemplo, el consumidor que adquiere sardinas, atún o pescado en conserva bajo la marca + COSTA AZUL, podría fácilmente sustituir dichos productos por opciones como nuggets de pollo, croquetas, carne de cerdo, tofu, o hamburguesas vegetales ofrecidas bajo la marca CAMPO AZUL, en función de disponibilidad, precio, dieta o preferencia. Esta posibilidad de sustitución demuestra que los productos, aunque diferentes en su composición específica, compiten dentro del mismo segmento del mercado.

En cuanto a la complementariedad, también es evidente que los productos amparados por ambas marcas pueden ser consumidos conjuntamente o formar parte de una misma preparación alimentaria. Conservas de pescado, como las que protege la marca + COSTA AZUL, son usualmente utilizadas en ensaladas, pastas o platos preparados que pueden incluir otros alimentos procesados como croquetas, salsas, proteínas vegetales o lácteos, que están cobijados por la marca CAMPO AZUL. Esta relación funcional en el contexto de consumo refuerza la percepción de pertenencia a

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

una misma línea de productos o, incluso, a una misma procedencia empresarial.

Por último, bajo el criterio de razonabilidad, debe considerarse que resulta perfectamente previsible que, en el curso normal de sus actividades comerciales, mi representado decida expandir su portafolio de productos e incluir bajo la marca CAMPO AZUL alimentos a base de pescado, ya que dentro del alcance de protección otorgado por la clase 29 se encuentra expresamente incluido el producto “pescado”. Esta posibilidad no solo es jurídicamente viable, sino también comercialmente lógica, teniendo en cuenta las dinámicas del mercado de alimentos procesados, donde las marcas buscan diversificar su oferta manteniendo la unidad de marca. Así, permitir el registro del signo + COSTA AZUL, que identifica precisamente conservas y enlatados de pescado, generaría un obstáculo futuro para el legítimo desarrollo comercial de mi representado y podría inducir al consumidor a pensar erróneamente que existe una relación empresarial entre ambas marcas, en la medida en que compartirían no solo una similitud conceptual y fonética, sino también productos idénticos o altamente relacionados (...).”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **ACXA ENTERPRISES SAS**, no dio respuesta a la oposición.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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 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

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. (...).”

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

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

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	SD2023/0044940	11	29	Marca	Registrada	30 abr. 2034
Mixta	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	SD2023/0044952	11	31	Marca	Registrada	30 abr. 2034
Mixta	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	SD2023/0044957	11	35	Marca	Registrada	30 abr. 2034
Nominativa	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	07098919	8	33	Marca	Registrada	08 abr. 2028
Nominativa	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	SD2021/0111586	11	31	Marca	Registrada	25 nov. 2032
Nominativa	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	SD2021/0111592	11	29	Marca	Registrada	25 nov. 2032

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° SD2025/0004208

Nominativa	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	SD2021/0111595	11	35	Marca	Registrada	25 nov. 2032
Nominativa	CAMPO AZUL	COMERCIAL +BIOS S.A.S.	SD2024/0097570	12	29	Marca	Bajo examen de fondo	

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
Mixta	COSTA AZUL	LUIS GERMÁN GHISAYS BOTERO	SD2018/0081910	11	32, 35	Marca	Registrada
Nominativa	COSTA AZUL	BODEGA SANTA CECILIA SAS	02009762	8	33	Marca	Registrada
Nominativa	COSTAZUL	COMPAÑIA INTEGRAL S.A.S.	05102090	8	29	Marca	Registrada

Los signos comparados son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
+ COSTA AZUL	 CAMPO AZUL

Antecedentes
 COSTA AZUL

Jurisprudencia

Comparación entre signos nominativos y mixtos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y denominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta se refiere, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de



Ref. Expediente N° SD2025/0004208

acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos⁴.

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”*⁵.

El Tribunal ha reiterado que, *“en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”*⁶.

Análisis comparativo marcas opositoras

Dando lugar al análisis de irregistrabilidad, nos encontramos que el signo solicitado a registro es de naturaleza nominativa conformada por la expresión + **COSTA AZUL**. A su vez, las marcas opositoras son de naturaleza nominativa y mixta, las primeras conformadas por la expresión **CAMPO AZUL** y las segundas compuestas por la expresión **CAMPO AZUL** en una tipografía específica acompañada de la figura de una montaña en la parte superior dentro de un recuadro.

Así, es el elemento nominativo del signo opositor el preponderante en su conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los servicios protegidos con estas marcas.

De este modo, analizando cada signo en su conjunto y sin descomponer su unidad fonética, se observa que el signo solicitado + **COSTA AZUL** está conformado por el signo “más” y dos palabras separadas. Por otro lado, los signos opositores están conformados por dos palabras.

Esta Dirección evidencia que los signos cotejados únicamente coinciden en la expresión “AZUL”, contando con otros elementos nominativos suficientes para generar diferenciación ante el público consumidor, dado que existen claras diferencias en cuanto a pronunciación y evocación conceptual. Esta circunstancia adquiere especial relevancia si se considera la existencia de múltiples registros marcarios vigentes que identifican productos de la clase 29 y que también incorporan el vocablo “AZUL” como parte integrante de su conjunto marcario.

En consecuencia, las semejanzas existentes entre los signos comparados no son determinantes de confusión o asociación en el público consumidor. Y es debido al hecho de que, la distintividad del signo recae en su conjunto y no en sus elementos individualmente considerados.

Así, esta Dirección observa que si bien los signos comparados tienen cierta semejanza, al compartir una expresión, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 14-IP-2019

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 56-IP-2003

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26-1998

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

Teniendo en cuenta que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Análisis comparativo con las marcas halladas de oficio

Tal como se indicó en párrafos anteriores, el signo solicitado a registro es de naturaleza nominativa, compuesto por la expresión “+ **COSTA AZUL**”. Por su parte, los signos encontrados de oficio corresponden a dos marcas mixtas y dos marcas nominativas. Las marcas mixtas están constituidas por la expresión “**COSTA AZUL**” en una tipografía específica, acompañada además por un elemento gráfico consistente en una palmera ubicada en su parte izquierda. En cuanto a los signos nominativos, estos se conforman por las expresiones “**COSTA AZUL**” y “**COSTAZUL**”.

Frente a los signos mixtos encontrados de oficio, se observa que es el elemento nominativo el preponderante en su conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas.

Esta Dirección considera que el signo solicitado “+ **COSTA AZUL**” presenta similitud confundible frente a los signos encontrados de oficio: “**COSTA AZUL**” / “**COSTA AZUL**” / “**COSTAZUL**” dado que todos ellos comparten la expresión “**COSTA AZUL**” como elemento dominante en su composición marcaria.

Así, el signo solicitado presenta una similitud capaz de generar un riesgo de confusión y asociación respecto de los signos hallados de oficio, toda vez que comparten una estructura ortográfica y fonética relevante.

Asimismo, el símbolo “+” incorporado en el signo solicitado no elimina el riesgo de confusión existente frente a los signos previamente registrados, pues dicha adición carece de la distintividad suficiente para impedir que el consumidor establezca una asociación indebida sobre el origen empresarial de los servicios.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y visualmente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce el signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

Al realizar el cotejo, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

29: Atún en lata; atún enlatado; atún enlatado [conservas]; conservas de pescado; conservas de pescado envasadas al vacío; pescado en conserva; pescado enlatado [conservas]; sardinas [pescado].

Los signos confrontados identifican:

Expedientes

Productos y servicios

SD2018/0081910 **(32):** Aguas [bebidas], bebidas de frutas, bebidas de guaraná, bebidas sin alcohol, bebidas a base de frutas, bebidas enriquecidas con elementos nutricionales, bebidas enriquecidas con proteínas para deportistas, bebidas gaseosas sin alcohol, bebidas y zumos de frutas, bebidas a base de suero de leche, bebidas de frutas y zumos de frutas, batidos de frutas, batidos [bebidas de frutas, en las que predomina la frutas], jugos de frutas, jugos de fruta concentrados, refrescos, licuados con cereales y avena, refrescos aromatizados con té, refrescos con sabor a té.

(35): Compra, Venta, Importación, Exportación y Comercialización de: Aguas [bebidas], bebidas de frutas, bebidas de guaraná, bebidas sin alcohol, bebidas a base de frutas, bebidas enriquecidas con elementos nutricionales, bebidas enriquecidas con proteínas para deportistas, bebidas gaseosas sin alcohol, bebidas y zumos de frutas, bebidas a base de suero de leche, bebidas de frutas y zumos de frutas, batidos de frutas, batidos [bebidas de frutas, en las que predomina la frutas], jugos de frutas, jugos de fruta concentrados, refrescos, licuados con cereales y avena, refrescos aromatizados con té, refrescos con sabor a té.

02009762 **(33):** Licores, vinos, aperitivos, vínicos y no vínicos.

05102090 **(29):** Pescado, atún, sardinas, en general productos y subproductos del pescado empacados en lata; aves, carne, extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas, huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los servicios y productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos y/o servicios y que, en una misma clase 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 las mismas clases del nomenclador internacional.

Análisis de conexidad competitiva entre productos de la clase 29 del signo solicitado y de la clase 29 del signo citado de oficio 05102090

Identidad: La Dirección observa que, dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto —particularmente en lo que respecta a atún, conservas de pescado y

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

comidas envasadas de pescado, comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional—, no resulta necesario establecer una conexión competitiva entre los mismos.

En efecto, el riesgo de confusión no solo se deriva de la marcada similitud entre la marca pretendida y el signo COSTAZUL, sino que también se ve reforzado por la equivalencia existente entre los productos que cada uno identifica.

Así entonces, esta Dirección considera innecesario adelantar un análisis profundo en lo que a este punto respecta, saltando a la vista que los productos de los signos cotejados no solo comparten la misma naturaleza y finalidad al satisfacer las mismas necesidades del consumidor, sino que al ser idénticos existe una presunción irrefutable sobre la existencia real de conexidad competitiva entre ellos.

Análisis de conexidad competitiva entre productos de la clase 29 del signo solicitado y los productos y servicios de las clases 32, 33 y 35 de los signos citados de oficio SD2018/0081910 y 02009762

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como *“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”*.

En este punto, resulta pertinente señalar que los productos de la clase 29 comprendidos en la solicitud de registro, particularmente aquellos relacionados con alimentos a base de pescado, pueden ser razonablemente ofrecidos por el mismo titular de marcas registradas en las clases 32 y 33, vinculadas al sector de alimentos y bebidas. Esta conclusión se sustenta en la práctica comercial habitual, en la cual los operadores económicos que participan en dicho sector tienden a ampliar su portafolio de productos dentro del mismo segmento de mercado, incorporando diversas categorías alimenticias y de bebidas bajo una misma identidad marcaria.

En igual sentido, es posible concluir la existencia de conexidad entre los productos comprendidos en la clase 29 y los servicios de comercialización de bebidas propios de la clase 35, teniendo en cuenta la lógica de expansión de actividades que caracteriza la dinámica del mercado. En efecto, resulta común que los operadores económicos integren tanto la producción como la distribución o comercialización de productos alimenticios y bebidas bajo una misma marca, lo cual refuerza la posibilidad de que el consumidor perciba una relación empresarial entre los signos en conflicto.

Conclusión

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 Comunidad Andina, respecto de las marcas halladas de oficio.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Declarar infundada la oposición interpuesta por **COMERCIAL +BIOS S.A.S.**

Ref. Expediente N° SD2025/0004208

ARTÍCULO 2. Negar el registro de la marca + **COSTA AZUL** (nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por la sociedad **ACXA ENTERPRISES SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3. Notificar a la sociedad **ACXA ENTERPRISES SAS**, solicitante del registro y a la sociedad **COMERCIAL + BIOS S.A.S.**, opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 31 de julio de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ 29: Atún en lata; atún enlatado; atún enlatado [conservas]; conservas de pescado; conservas de pescado envasadas al vacío; pescado en conserva; pescado enlatado [conservas]; sardinas [pescado].