

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 79816

Ref. Expediente N° SD2025/0004474

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 22 de enero de 2025, TATIANA ALEJANDRA VELEZ USUGA, y JHOAN ALEXIS MIRANDA RODRIGUEZ, solicitaron el registro de la Marca JT SABROS!TAS SIEMPRE RICAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 39 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1060, 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.

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,

¹ 39: Entrega de comidas y bebidas preparadas para su consumo; servicios de entrega de comida; entrega de comida; servicios de almacenamiento de comidas; servicios de reparto de comidas prestados por restaurantes; transporte de comidas.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0004474

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 marcas previamente registradas

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	SABROSITAS MAR 2020 LAS AREPAS CUADRADAS	SABROSITAS MAR 2020 SAS	SD2023/0023409	11	30, 35	Marca	Registrada
Mixta	SABROCITAS	SABROCITAS SAS	SD2019/0005913	11	43	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0004474

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 0170-IP-2013, ha señalado que:

“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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Igualmente, respecto al elemento predominante en las marcas mixtas, en el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal preceptuó 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 observa claras semejanzas en los vocablos predominantes en cada uno de los signos confrontados, elemento relevante en la configuración del signo y que resalta respecto de los demás, de esta manera, el signo solicitado resulta confundible con el signo antecedente.

En efecto, el signo solicitado reproduce de manera casi idéntica la denominación **SABROSITAS**, incorporando un signo de admiración en el lugar de la letra “i”, lo que no altera en modo alguno la pronunciación ni la percepción auditiva del consumidor, quien



Ref. Expediente N° SD2025/0004474

seguirá identificando el término como “SABROSITAS”. Esta identidad sonora se acentúa al compararlo con las marcas registradas **SABROSITAS MAR 2020 LAS AREPAS CUADRADAS** y **SABROCITAS**, ya que en este último caso la diferencia mínima en la vocal intermedia no resulta suficiente para evitar la semejanza fonética, puesto que ambas expresiones comparten la misma cadencia rítmica y estructura silábica.

Desde el punto de vista ortográfico, las denominaciones comparten casi en su totalidad la misma secuencia de letras, con mínimas variaciones que no modifican la impresión global. Así, el consumidor medio tenderá a identificar los signos a partir del elemento común y predominante **SABROSITAS/SABROCITAS**, lo que refuerza el riesgo de error en la recordación.

En cuanto al plano conceptual, los tres signos evocan la misma idea de productos alimenticios que son “sabrosos” o agradables al gusto. Las expresiones adicionales (“MAR 2020 LAS AREPAS CUADRADAS” en la marca previa o “SIEMPRE RICAS” en el signo solicitado) carecen de fuerza distintiva, pues se limitan a describir características del producto y no logran alterar la evocación principal.

De acuerdo con la jurisprudencia marcaria, cuando un signo solicitado reproduce íntegramente o con mínimas variaciones el elemento distintivo de marcas previamente registradas, la adición de partículas descriptivas o accesorios gráficos no basta para eliminar el riesgo de confusión o asociación empresarial indebida.

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 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 39: Entrega de comidas y bebidas preparadas para su consumo; servicios de entrega de comida; entrega de comida; servicios de almacenamiento de comidas; servicios de reparto de comidas prestados por restaurantes; transporte de comidas.

Los signos previamente registrados identifican:

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 (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° SD2025/0004474

Expediente SD2023/0023409

Clase 30: Harina de trigo para uso alimenticio; harina de yuca; harina para todos los usos; harinas y preparaciones a base de cereales; aglutinantes para productos alimenticios; productos alimenticios a base de maíz; productos alimenticios elaborados principalmente a partir de cereales; productos alimenticios en los que predomina la harina; productos alimenticios en los que predominan los cereales; productos de glaseado para productos alimenticios.

Clase 35: Servicios de desarrollo de empresas; servicios de administración de ventas; servicios de distribución comercial; servicios de distribución comercial al por mayor de alimentos.

Expediente SD2019/0005913

Clase 43: Preparación de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; preparación y suministro de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación de comidas; preparación de comidas y bebidas; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir en locales de venta minorista.

En primer lugar, el signo solicitado pretende distinguir servicios de entrega, transporte, almacenamiento y reparto de comidas y bebidas preparadas para su consumo. Se trata de actividades logísticas directamente asociadas al suministro de alimentos, cuya finalidad es poner a disposición del consumidor productos listos para el consumo, normalmente ofrecidos en el mismo entorno en el que operan restaurantes, cafeterías o servicios de catering.

En relación con el antecedente de la clase 43, que protege la preparación y suministro de comidas y bebidas de consumo inmediato, tanto en sitio como para llevar, se observa una clara complementariedad y razonabilidad competitiva. En efecto, los servicios de preparación de alimentos (clase 43) y los de entrega o transporte de dichos alimentos (clase 39) forman parte de la misma cadena de valor y suelen ser ofrecidos por un mismo operador. En la práctica del mercado actual, es habitual que restaurantes, cafeterías y locales de comida rápida brinden conjuntamente el servicio de preparación y el de entrega a domicilio bajo una misma marca. Por ello, el consumidor promedio razonablemente atribuiría una misma procedencia empresarial a los servicios en análisis.

Respecto del antecedente en la clase 35, consistente en servicios de distribución comercial al por mayor de alimentos, si bien se centra en la logística de carácter empresarial y en la gestión de ventas al por mayor, existe cierta cercanía con la entrega de comidas en la clase 39, en tanto ambos implican la comercialización y distribución de alimentos. De este modo, en ambos casos subyace una finalidad común: poner alimentos a disposición de los consumidores, ya sea a través de canales de distribución mayorista dirigidos a minoristas y establecimientos de venta, o mediante servicios de entrega directa de comidas preparadas al consumidor final. Esta coincidencia en el objeto esencial (la comercialización y circulación de alimentos) permite apreciar cierta conexión competitiva.

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.

Resolución N° 79816

Ref. Expediente N° SD2025/0004474

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 JT SABROS!TAS SIEMPRE RICAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 39 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por TATIANA ALEJANDRA VELEZ USUGA y JHOAN ALEXIS MIRANDA RODRIGUEZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a TATIANA ALEJANDRA VELEZ USUGA y JHOAN ALEXIS MIRANDA RODRIGUEZ, 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 octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 39: Entrega de comidas y bebidas preparadas para su consumo; servicios de entrega de comida; entrega de comida; servicios de almacenamiento de comidas; servicios de reparto de comidas prestados por restaurantes; transporte de comidas.