

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 80558

Ref. Expediente N° SD2025/0006388

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 29 de enero de 2025, NATALIA ANDREA CARVAJAL CHAVARRIA, solicitó el registro de la Marca SIN CERO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 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 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

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

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° SD2025/0006388

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
Mixta	don Sincero CAFÉ El Sabor de mis montañas	Juan Guillermo Zapata Noreña	SD2023/0002222	11	25, 30, 43	Marca	Registrada	08 nov. 2033

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° SD2025/0006388

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados SIN CERO y DON SINCERO CAFÉ EL SABOR DE MIS MONTAÑAS son similarmente confundibles.

En efecto, al realizar una apreciación integral de los signos enfrentados, se observa una clara similitud ortográfica y fonética entre los elementos distintivos y predominantes de los mismos. Al respecto, se evidencia que el signo solicitado reproduce, de manera total, la expresión "SINCERO", que constituye el elemento más relevante y distintivo del signo antecedente, el cual, al estar conformado por una expresión compuesta de varias palabras, encuentra en esta su núcleo identificador. Por otro lado, respecto al aspecto fonético, se evidencia que ambos signos comparten la misma secuencia de fonemas / SIN'SERO / SINCERO / que al ser pronunciados de manera sucesiva no simultánea, generan una percepción sonora prácticamente idéntica en el consumidor.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial de este. Si bien el signo solicitado es de naturaleza mixta y contiene una tipografía especial que reproduce la denominación solicitada, estos elementos no resultan suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

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 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 servicios⁴.

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:



Ref. Expediente N° SD2025/0006388

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Producto y servicios
-------------------	-----------------------------

SD2023/0002222 Clase 30: Café y sucedáneos del café.

Clase 43: Cafetería y restaurante.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 y los servicios de la clase 43 internacional. Principio de Razonabilidad

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección considera que existe la posibilidad de que los productos y servicios sean ofrecidos por un mismo empresario, generando en los consumidores una falsa impresión de vínculo o asociación entre ellos. Esta confusión puede surgir debido a las prácticas habituales del mercado y a la similitud entre las configuraciones de los signos.

En particular, existe una relación estrecha entre el café como producto y los servicios que lo incorporan dentro de su oferta comercial, lo cual hace razonable que el consumidor asocie ambos signos con un mismo origen empresarial. Es común que una empresa dedicada a la producción o comercialización de café amplíe su portafolio hacia la prestación de servicios de comidas y bebidas, o viceversa, como parte de una estrategia de posicionamiento en el sector gastronómico. Incluso, es usual que se promueva el consumo del café en distintas modalidades, como la venta para preparación en casa o el servicio directo en establecimientos.

En consecuencia, el público consumidor podría inferir, de manera razonable, que los productos y servicios provienen del mismo empresario, cuando en realidad pertenecen a diferentes orígenes comerciales.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 43 internacional. Principio de razonabilidad

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° SD2025/0006388

En atención a los criterios de conexidad competitiva, esta Dirección encuentra una relación entre los servicios de la clase 43 internacional, debido a que los consumidores pueden pensar razonablemente que comparten un mismo origen empresarial. Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, ha sostenido que *“existe conexidad cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, podría asumir como razonable que los productos en cuestión provienen del mismo empresario”*. Teniendo en cuenta lo anterior, se advierte que es usual que un empresario dedicado a servicios de cafetería y restaurante expanda sus prestaciones dentro del sector comercial en el que se desempeña ofreciendo también preparación de comidas y bebidas en diferentes modalidades. Dado lo anterior, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, ya que busca operar en un sector afín al del antecedente mencionado.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 43 internacional. Principio de sustituibilidad

Los servicios reivindicados por la marca en registro en la clase 43, relativos a la preparación de comidas y bebidas de consumo inmediato, suministro de estas para llevar o para consumir *in situ*, resultan sustitutos directos respecto de aquellos amparados por la marca previamente registrada que reivindica los servicios de “cafetería y restaurante”.

Ello obedece a que, desde la perspectiva del consumidor, ambos conjuntos de servicios satisfacen la misma necesidad: la de consumir alimentos y bebidas preparados para el disfrute inmediato, ya sea dentro de un establecimiento o para llevar. En ese sentido, el público objetivo puede optar indistintamente entre los servicios de un restaurante, una cafetería o un establecimiento que ofrezca comidas y bebidas listas para el consumo, sin que perciba una diferencia sustancial en cuanto a la finalidad, la experiencia de consumo o los canales de prestación del servicio.

De esta manera, los servicios solicitados se presentan como intercambiables en el mercado, pues una variación en el precio o en la disponibilidad de uno de ellos podría llevar al consumidor a elegir el otro sin dificultad, reconociendo en ambos una oferta equivalente de alimentos y bebidas. Esta sustitución se aprecia tanto en el ámbito funcional (la preparación y suministro de comidas y bebidas) como en el comercial (los espacios físicos o virtuales donde se ofrecen), y refleja una clara competencia directa entre las actividades.

Finalmente, existe la posibilidad de que el consumidor vincule los servicios enfrentados, toda vez que los mismos suelen publicitarse y promocionarse a través de canales coincidentes, no solamente en medios de difusión masiva, sino también mediante campañas comerciales o promociones que integran servicios de restaurante, cafetería, comidas y bebidas bajo una misma marca. Esta realidad del mercado contribuye a estrechar la posibilidad de que el público consumidor asocie uno u otro signo y los perciba como pertenecientes a una misma fuente empresarial.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0006388

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 SIN CERO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por NATALIA ANDREA CARVAJAL CHAVARRIA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a NATALIA ANDREA CARVAJAL CHAVARRIA, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado 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 **43:** Preparación de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir en locales de venta minorista; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; servicio de comidas y bebidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; suministro de comidas y bebidas.