

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 83997

Ref. Expediente N° SD2025/0047700

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 21 de mayo de 2025, ANTOLINA S.A.S., solicitó el registro de la Marca **ANTOLINA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1069, 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

¹ 29: Guacamole; pulpa de fruta; jaleas, mermeladas, compotas; dips [salsas cremosas] a base de productos lácteos; dips [salsas cremosas] de queso; salsas de productos lácteos; salsas para dipear a base de frutas; salsas para dipear a base de huevo; salsas para dipear a base de verduras; salsas para dipear de aceite de oliva; salsas para dipear de ajo; salsas para dipear de almendras; salsas para dipear de cebolla; salsas para dipear de cebollas caramelizadas; salsas para dipear de hummus; salsas para dipear de queso; salsas para dipear de tomates.

Ref. Expediente N° SD2025/0047700

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 marcas 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	Vigencia
Mixta	ANTTONINA´S	ANTTONINA´S S.A.S.	08124031	9	29	Marca	Registrada	30/06/2029
Mixta	ANTTONINA´S	ANTTONINA´S S.A.S.	08124032	9	30	Marca	Registrada	30/06/2029
Mixta	ANTTONINA´S	ANTTONINA´S S.A.S.	08124039	9	43	Marca	Registrada	30/06/2029
Mixta	ANTTONINA´S	ANTTONINA´S S.A.S.	03024556	8	30	Marca	Registrada	25/06/2034

Los signos por 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 (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° SD2025/0047700

El signo solicitado	Las marcas registradas	
Antolina	 Anttonina's	 Anttonina's
	 Anttonina's	 Anttonina's

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado **ANTOLINA** (Mixta) y las marcas registradas **ANTTONINA’S** (Exp. 08124032), **ANTTONINA’S** (Exp. 08124039), **ANTTONINA’S** (Exp. 03024556) y **ANTTONINA’S** (Exp. 08124031), apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor.

Como se observa, los signos analizados **AN-TO-LI-NA** / **AN-TTO-NI-NA’S** son similarmente confundibles, dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados. Al respecto los signos cotejados comparten cuatro sílabas que en conjunto se vocalizan en forma parecida, a pesar del cambio de la Letra “N” por “L” en la tercera sílaba, sin que tal característica se considere derrotero suficiente de diferenciación dada la fuerza de la porción reproducida en la mente del consumidor.



Ref. Expediente N° SD2025/0047700

Examinados los signos en su conjunto **A-N-T-O-L-I-N-A / A-N-T-T-O-N-I-N-A-'S**, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, lo que se aprecia en la sucesión de sílabas, la extensión de los signos y las coincidencias en siete letras, sin que la ausencia de la letra repetida “T” y el cambio de la letra “N” por “L” en la tercera sílaba permitan individualizar los signos sin que sean asociados con un mismo origen empresarial. Por lo anterior, el consumidor puede verse inducido a error al creer que el signo solicitado es una innovación de la marca registrada, cuando en realidad se trata de marcas protegidas por titulares distintos.

Adicionalmente, la incorporación de elementos gráficos que hace el signo solicitado consistente en el uso de un tipo particular de grafía y diseño no resultan suficientes para predicar su diferenciación respecto del conjunto que goza de protección marcaria. Las similitudes señaladas, pueden llevar al consumidor promedio a pensar equivocadamente que se encuentra ante la presentación gráfica de la marca que ya conoce.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 29: Guacamole; pulpa de fruta; jaleas, mermeladas, compotas; dips [salsas cremosas] a base de productos lácteos; dips [salsas cremosas] de queso; salsas de productos lácteos; salsas para dipear a base de frutas; salsas para dipear a base de huevo; salsas para dipear a base de verduras; salsas para dipear de aceite de oliva; salsas para dipear de ajo; salsas para dipear de almendras; salsas para dipear de cebolla; salsas para dipear de cebollas caramelizadas; salsas para dipear de hummus; salsas para dipear de queso; salsas para dipear de tomates.

Las marcas registradas identifican:

Expediente 08124031 Clase 29: Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles; salsas para ensaladas; conservas.

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° SD2025/0047700

Expediente 08124032 Clase 30: Pan, bizcochos, tortas, pastelería, confitería y preparaciones hechas de harinas.

Expediente 08124039 Clase 43: Servicios de restaurante; establecimientos de comercio dedicados a la distribución, venta y comercialización de toda clase de comidas; gaseosas; jugos; malteadas; café; servicios de comida a domicilio; toda clase de ensaladas, y alimentos en general; además la venta de toda clase de productos alimenticios procesados y no procesados.

Expediente 03024556 Clase 30: Pan, bizcochos, tortas, pastelería, confitería y preparaciones hechas de harinas.

Conexidad entre productos de la clase 29 solicitada y productos de la clase 29 registrada. Criterio de razonabilidad.

Revisadas las coberturas, esta Dirección encuentra que, los signos confrontados identifican productos comprendidos en la misma clase del nomenclador internacional, ya que observada sus coberturas se logra vislumbrar que existe entre ellas una conexión estrecha y directa, al compartir su naturaleza y finalidad.

Lo anterior, toda vez que usualmente quien ofrece *“jaleas, mermeladas, huevos, productos lácteos, salsas para ensaladas”*, protegidos en la clase 29 registrada, también ofrece al consumidor similar cobertura de productos como *“jaleas, mermeladas, huevos, productos lácteos, salsas de productos lácteos”*. Así pues, es razonable⁵ que el consumidor promedio considere erradamente que el empresario que ofrece los productos que ya conoce, haya decidido aumentar su participación comercial con la puesta a disposición de nuevos artículos en el mercado, generándose con esto la idea de que unos y otros comparten el mismo origen empresarial.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 29 solicitada y productos de la clase 30 registrada. Criterio de razonabilidad.

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 conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la **razonabilidad**⁶ entre los servicios y los productos.

Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado *“(…) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial”*.

Tal como se observa la marca solicitada busca distinguir *“salsas de productos lácteos; salsas para dipear a base de frutas; salsas para dipear a base de huevo; salsas para dipear a base de verduras; salsas para dipear de aceite de oliva”*, protegidos en la clase 29 Internacional.

⁵ La Posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen de un mismo empresario (razonabilidad): Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad de mercado, podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario.

⁶ La Posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen de un mismo empresario (razonabilidad): Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad de mercado, podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario.

Ref. Expediente N° SD2025/0047700

Por otra parte, la marca registrada distingue productos como “*Pan, bizcochos, tortas, pastelería, confitería y preparaciones hechas de harinas*”, protegidos en la clase 29 Internacional (Expedientes 08124032 y 03024556), razón por la cual no puede desconocerse que se trata de productos con los mismos canales de aprovisionamiento, distribución y comercialización, de manera que para el consumidor sea razonable concluir que quien se encarga del ofrecimiento de productos alimenticios para el consumo de las personas haya ampliado su portafolio de negocios a otros productos del mismo sector de los alimentos, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 29 solicitada y servicios de la clase 43 registrada. Criterio de razonabilidad.

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 conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la **razonabilidad**⁷ entre los servicios y los productos.

Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) *puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial*”.

Tal como se observa la marca solicitada busca distinguir “*pulpa de fruta; jaleas, mermeladas, compotas; dips [salsas cremosas] a base de productos lácteos; dips [salsas cremosas] de queso; salsas de productos lácteos; salsas para dipear a base de frutas; salsas para dipear a base de huevo; salsas para dipear a base de verduras; salsas para dipear de aceite de oliva*”, protegidos en la clase 29 Internacional.

Por otra parte, la marca registrada distingue: “*Servicios de restaurante; establecimientos de comercio dedicados a la distribución, venta y comercialización de toda clase de comidas*”, protegidos en la clase 43 Internacional, razón por la cual no puede desconocerse que se trata de productos y servicios con los mismos canales de aprovisionamiento, distribución y comercialización, de manera que para el consumidor sea razonable concluir que quien se encarga del ofrecimiento de servicios de restaurantes también busque ampliar su mercado con la presentación de sus propio productos como jaleas, mermeladas, compotas; dips [salsas cremosas] a base de productos lácteos; dips [salsas cremosas] de queso; salsas de productos lácteos, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen 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 irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión

⁷ La Posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen de un mismo empresario (razonabilidad): Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad de mercado, podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario.

Ref. Expediente N° SD2025/0047700

de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **ANTOLINA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por ANTOLINA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a ANTOLINA S.A.S., 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 17 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁸ 29: Guacamole; pulpa de fruta; jaleas, mermeladas, compotas; dips [salsas cremosas] a base de productos lácteos; dips [salsas cremosas] de queso; salsas de productos lácteos; salsas para dipear a base de frutas; salsas para dipear a base de huevo; salsas para dipear a base de verduras; salsas para dipear de aceite de oliva; salsas para dipear de ajo; salsas para dipear de almendras; salsas para dipear de cebolla; salsas para dipear de cebollas caramelizadas; salsas para dipear de hummus; salsas para dipear de queso; salsas para dipear de tomates.