



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 84110

Ref. Expediente N° SD2025/0032710

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 9 de abril de 2025, Gilma Victoria Henríquez Montoya solicitó el registro de la Marca LA BOTANERA (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. 1076, 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

¹ **43:** Bares; cafés; catering para el suministro de comidas y bebidas; cocción de alimentos; heladerías; organización de banquetes; preparación de alimentos; preparación de alimentos y bebidas; preparación de comidas; preparación de comidas y bebidas; 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; prestación de servicios de restaurantes; restaurantes con servicio de reparto a domicilio; restaurantes de autoservicio; salones de cócteles; servicio de comidas y bebidas; servicio de comidas y bebidas en locales de venta minorista; y de comidas para llevar; servicios de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicio de comidas y bebidas [servicios de camareros]; servicios de banquetes; servicios de banquetes para el suministro de alimentos; servicios de banquetes para el suministro de comidas; servicios de bar y restaurante; servicios de bares de comida rápida y comedores; servicios de bares y coctelerías; servicios de bares y de catering; servicios de bufé para coctelerías; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de catering; servicios de catering a domicilio; servicios de catering en puestos móviles; servicios de catering exterior; servicios de catering móvil; servicios de catering para banquetes; servicios de catering para el suministro de alimentos; servicios de catering para empresas; servicios de catering para eventos corporativos; servicios de catering para eventos de conferencias; servicios de catering para eventos de exterior; servicios de catering para eventos de interior; servicios de catering para instituciones; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de chefs de cocina a domicilio; servicios de cocción de alimentos; servicios de cocina fantasma; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de preparación de alimentos y bebidas; servicios de preparación de comidas; servicios de restauración [alimentos y bebidas]; servicios de restaurantes, bares y catering; servicios de restaurantes, bares y coctelerías; servicios de salón de cócteles; suministro de alimentos y bebidas; suministro de comidas y bebidas; suministro de comidas y bebidas [catering] para cócteles; suministro de comidas y bebidas para banquetes; suministro de comidas y bebidas para cócteles.



Ref. Expediente N° SD2025/0032710

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 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	Vigencia
Nominativa	BOTANITAS	LABORATORIOS MEDICK S.A.S	9233270730	7	30	Marca	Registrada	16 dic. 2033
Nominativa	BOTANITAS	LABORATORIOS MEDICK S.A.S	13132356	10	32	Marca	Registrada	20 nov. 2033

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.

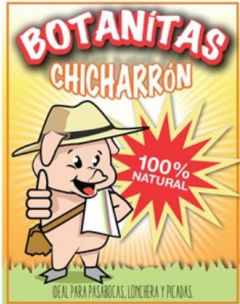
c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0032710

Mixta	BOTANÍITAS CHICHARRÓN	SEBASTIAN AGUDELO RESTREPO	15307117	10	29	Marca	Registrada	16 jun. 2027
-------	--------------------------	----------------------------------	----------	----	----	-------	------------	-----------------

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 BOTANITAS BOTANITAS

Jurisprudencia

Comparación marcas mixtas y nominativas

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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 observa que es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos, 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.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado **LA BOTANERA** hace parte de los signos antecedentes



Ref. Expediente N° SD2025/0032710

BOTANITAS y **BOTANÍTAS CHICHARRON**, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

Los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que, desde el punto de vista fonético, al ser pronunciados, los signos en conflicto generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados. Además, examinados los signos en su conjunto, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, lo que se aprecia en la sucesión de sílabas BO-TA-NE-RA / BO-TA-NI-TAS, la extensión de los signos (cuatro sílabas) y las coincidencias en las raíces BOTAN.

Por último, esta Dirección encuentra que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente. En efecto, los signos son idénticos en el campo ideológico, al evocar exactamente la misma idea o concepto, esto es el de botana, entendido como *aperitivo* (II *comida*)⁴. A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas, aun cuando las marcas ya registradas sean el diminutivo de dicho término. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

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/o 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 servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

43: Bares; cafés; catering para el suministro de comidas y bebidas; cocción de alimentos; heladerías; organización de banquetes; preparación de alimentos; preparación de alimentos y bebidas; preparación de comidas; preparación de comidas y bebidas; 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

⁴ Tomado de: <https://dle.rae.es/botana>

⁵ 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° SD2025/0032710

llevar; prestación de servicios de restaurantes; restaurantes con servicio de reparto a domicilio; restaurantes de autoservicio; salones de cócteles; servicio de comidas y bebidas; servicio de comidas y bebidas en locales de venta minorista y de comidas para llevar; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicio de comidas y bebidas [servicios de camareros]; servicios de banquetes; servicios de banquetes para el suministro de alimentos; servicios de banquetes para el suministro de comidas; servicios de bar y restaurante; servicios de bares de comida rápida y comedores; servicios de bares y coctelerías; servicios de bares y de catering; servicios de bufé para coctelerías; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de catering; servicios de catering a domicilio; servicios de catering en puestos móviles; servicios de catering exterior; servicios de catering móvil; servicios de catering para banquetes; servicios de catering para el suministro de alimentos; servicios de catering para empresas; servicios de catering para eventos corporativos; servicios de catering para eventos de conferencias; servicios de catering para eventos de exterior; servicios de catering para eventos de interior; servicios de catering para instituciones; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de chefs de cocina a domicilio; servicios de cocción de alimentos; servicios de cocina fantasma; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de preparación de alimentos y bebidas; servicios de preparación de comidas; servicios de restauración [alimentos y bebidas]; servicios de restaurantes, bares y catering; servicios de restaurantes, bares y coctelerías; servicios de salón de cócteles; suministro de alimentos y bebidas; suministro de comidas y bebidas; suministro de comidas y bebidas [catering] para cócteles; suministro de comidas y bebidas para banquetes; suministro de comidas y bebidas para cócteles.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Productos
9233270730	(30): Productos comprendidos en la clase 30 del artículo 2 del decreto 755 de 1972.
13132356	(32): Aguas minerales y gaseosas saborizadas; bebidas y saborizadas, isotónicas, energéticas y gaseosas, refrescos; néctares, zumos; jugos y bebidas de frutas; preparaciones para elaborar bebidas.
15307117	(29): Productos extractados de carne, tocino, chicharrones elaborados a base de piel de cerdo.

Si bien los productos y servicios enfrentados se encuentran en clases diferentes del nomenclador internacional, no es menos cierto que entre ellos existe una relación estrecha. Las marcas registradas protegen productos tales como “café, té, cacao” de la clase 30, “aguas minerales y gaseosas saborizadas” de clase 32 y “chicharrones” de la clase 29, por lo que el consumidor entenderá que el mismo empresario que elabora estos productos, también los pone en el mercado a través de los servicios de “bares; cafés; catering para el suministro de comidas y bebidas” (clase 43), creando entonces una conexión de competitividad y riesgo de confusión en el consumidor medio, como quiera que estos pueden llegar a considerar que el signo solicitado es una variación de la marca registrada y por lo tanto tienen el mismo origen empresarial (razonabilidad).

Por lo anterior, los consumidores al encontrar los signos en el mercado difícilmente podrían identificar los servicios y productos de su preferencia (confusión directa) y el distinto origen empresarial de los mismos (confusión indirecta).

Ref. Expediente N° SD2025/0032710

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 irreregistrabilidad 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 LA BOTANERA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Gilma Victoria Henríquez Montoya, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Gilma Victoria Henríquez Montoya, 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

⁶ **43:** Bares; cafés; catering para el suministro de comidas y bebidas; cocción de alimentos; heladerías; organización de banquetes; preparación de alimentos; preparación de alimentos y bebidas; preparación de comidas; preparación de comidas y bebidas; 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; prestación de servicios de restaurantes; restaurantes con servicio de reparto a domicilio; restaurantes de autoservicio; salones de cócteles; servicio de comidas y bebidas; servicio de comidas y bebidas en locales de venta minorista y de comidas para llevar; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicio de comidas y bebidas [servicios de camareros]; servicios de banquetes; servicios de banquetes para el suministro de alimentos; servicios de banquetes para el suministro de comidas; servicios de bar y restaurante; servicios de bares de comida rápida y comedores; servicios de bares y coctelerías; servicios de bares y de catering; servicios de bufé para coctelerías; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de catering; servicios de catering a domicilio; servicios de catering en puestos móviles; servicios de catering exterior; servicios de catering móvil; servicios de catering para banquetes; servicios de catering para el suministro de alimentos; servicios de catering para empresas; servicios de catering para eventos corporativos; servicios de catering para eventos de conferencias; servicios de catering para eventos de exterior; servicios de catering para eventos de interior; servicios de catering para instituciones; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de chefs de cocina a domicilio; servicios de cocción de alimentos; servicios de cocina fantasma; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de preparación de alimentos y bebidas; servicios de preparación de comidas; servicios de restauración [alimentos y bebidas]; servicios de restaurantes, bares y catering; servicios de restaurantes, bares y coctelerías; servicios de salón de cócteles; suministro de alimentos y bebidas; suministro de comidas y bebidas; suministro de comidas y bebidas [catering] para cócteles; suministro de comidas y bebidas para banquetes; suministro de comidas y bebidas para cócteles.

Ref. Expediente N° SD2025/0032710

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

