

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 84968

Ref. Expediente N° SD2025/0012624

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 14 de febrero de 2025, Samyang Roundsquare Inc., solicitó el registro de la Marca PEPPPO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1061, 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 25: Prendas de vestir; calzado; artículos de sombrerería; uniformes; guantes de invierno; cubrecuellos; calcetines; prendas para cubrir la cara de invierno; guantes para vestir con tecnología táctil para productos electrónicos; ropa de lluvia; cinturones de materias textiles [prendas de vestir].

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° SD2025/0012624

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
Mixta	LAILA & PEPO	DANIELA LOPEZ BENAVIDES	SD2018/0004415	11	25, 35	Marca	Registrada	
Nominativa	PEPPA PIG	HASBRO CONSUMER PRODUCTS LICENSING LIMITED	14258389	10	3, 5, 8, 9, 12, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41	Marca	Registrada	

•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° SD2025/0012624

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 PEPPA PIG

Jurisprudencia

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 encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, por cuanto al apreciarlos en conjunto, se observa que son ortográfica y fonéticamente



Ref. Expediente N° SD2025/0012624

similares, como quiera que el signo solicitado reproduce parte relevante de los signos previamente registrados.

Al compararse los conjuntos marcarios en conflicto, esta Dirección encuentra que los mismos comparten en su estructura vocales y consonantes, tal y como se observa a continuación:

PEPPO·/-·LAILA·&·PEPO /·PEPPA·PIG

Al analizar en conjunto los signos cotejados, se evidencia una marcada similitud ortográfica en la presencia de las letras “P”, “E”, “P”, “P” y “O”, las cuales constituyen el núcleo distintivo compartido entre los signos enfrentados. Si bien los signos registrados incorporan expresiones adicionales como “LAILA &” y “PIG”, estos elementos no alteran la secuencia principal ni introducen variaciones sustanciales que permitan una diferenciación efectiva. Incluso el signo solicitado incluye íntegramente el término “PEPO”, correspondiente a uno de los signos registrados, lo que refuerza la confusión entre los signos al generar una impresión marcaria altamente similar en el consumidor.

Desde el punto de vista fonético, las marcas presentan una similitud relevante, ya que todas comparten la misma secuencia sonora inicial “PEP”. En el caso de PEPPO y PEPO, la pronunciación resulta prácticamente idéntica. En el caso de PEPPO y PEPPA, hay una gran similitud, pues ambas comparten la misma secuencia sonora inicial y difieren únicamente en la vocal final, lo que no altera sustancialmente la percepción auditiva del consumidor.

Incluso considerando que el signo solicitado es mixto, los elementos gráficos presentes en el signo solicitado, tales como la tipografía o el diseño, no resultan lo suficientemente distintivos para alterar la percepción general del consumidor. Permitir la diferenciación únicamente por la inclusión de elementos adicionales o variaciones gráficas abriría la posibilidad de que terceros incorporen modificaciones mínimas en signos preexistentes, argumentando una supuesta distintividad.

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

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° SD2025/0012624

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir; calzado; artículos de sombrerería; uniformes; guantes de invierno; cubrecuellos; calcetines; prendas para cubrir la cara de invierno; guantes para vestir con tecnología táctil para productos electrónicos; ropa de lluvia; cinturones de materias textiles [prendas de vestir].

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 14258389 Clase 18: Pieles de animales; baúles y maletas; bandoleras de cuero, bolsos, monederos, paraguas, sombrillas, bastones; fustas y artículos de guarnicionería; mochilas; artículos de equipaje; etiquetas para artículos de equipaje; bolsos de fin de semana; portamonedas; mochilas escolares; bolsones; riñoneras; billeteras; cuero y cuero de imitación.

Expediente SD2018/0004415 Clase 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Expediente 14258389 Clase 25: Prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería de todo tipo, incluidas prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería de deportes y todos los productos antes mencionados de cuero (comprendidos en esta clase); cinturones de cuero (accesorios de vestir); corbatas de bolo con extremos de metales preciosos.

Expediente SD2018/0004415 Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Expediente 14258389 Clase 35: Servicios de merchandising; promoción de ventas, para terceros, en particular marketing y promoción de productos y servicios de todo tipo, también por portales en línea; venta minorista por Internet y otras redes informáticas y electrónicas de comunicación en el ámbito del entretenimiento, a saber, de contenidos de audio, de vídeo, audiovisuales, musicales y multimedia, así como de productos relacionados.

Criterio de razonabilidad entre los productos de la clase 18 y los productos de la clase 25:

Dada la cobertura del signo solicitado y la del signo previamente registrado en la clase 18, esta Dirección encuentra que se configura conexidad competitiva bajo el criterio de razonabilidad. El signo solicitado pretende distinguir productos relacionados con prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, uniformes, guantes de invierno, cubrecuellos, calcetines, prendas para cubrir la cara de invierno, guantes para vestir con tecnología táctil para productos electrónicos, ropa de lluvia y cinturones de materias textiles.

En relación con el signo previamente registrado, la conexidad se configura por la cercanía funcional entre los productos de moda y los artículos de cuero, equipaje y accesorios personales, ya que de manera razonable, el titular de un signo registrado para productos como bolsos, mochilas, billeteras, cinturones, sombrillas y artículos de guarnicionería puede ofrecer directamente prendas de vestir y complementos como parte integral de su operación. Aunque se trata de coberturas que pueden operar de forma independiente, ambos grupos convergen en la práctica del mercado de vestuario y accesorios, en el que los fabricantes y comercializadores de artículos de cuero incluyen frecuentemente prendas, calzado y sombrerería bajo una misma identidad marcaria.

Ref. Expediente N° SD2025/0012624

Esta coincidencia en sectores y dinámicas de mercado permite afirmar que el consumidor puede asociar razonablemente los productos enfrentados a un mismo origen empresarial, en tanto el proveedor de artículos de cuero y equipaje puede ofrecer directamente prendas de vestir y accesorios relacionados. Así pues, se refuerza el vínculo entre las coberturas enfrentadas y genera un riesgo directo de confusión respecto a la procedencia de los productos en cuestión.

Criterio de identidad entre los productos de la clase 25:

Dada la cobertura del signo solicitado y la de los signos previamente registrados, esta Dirección encuentra que se configura conexidad competitiva. El signo solicitado pretende distinguir productos relacionados con prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, uniformes, guantes de invierno, cubrecuellos, calcetines, prendas para cubrir la cara de invierno, guantes para vestir con tecnología táctil para productos electrónicos, ropa de lluvia y cinturones de materias textiles.

En relación con los signos previamente registrados, la conexidad se configura por la coincidencia total en la naturaleza, finalidad y productos, ya que todos amparan prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería, sin que exista diferencia sustancial entre las coberturas enfrentadas. Además, los signos registrados incluyen variantes deportivas y de cuero de los mismos productos, así como cinturones y accesorios de vestir, lo que refuerza la coincidencia con los productos descritos por el signo solicitado, que corresponden directamente a los identificados por los signos previamente registrados, impidiendo establecer una distinción clara entre ellos.

Esta coincidencia permite afirmar que el consumidor se verá enfrentado a productos idénticos en su contenido y propósito, lo que genera un riesgo directo de confusión respecto a su procedencia empresarial, al no existir elementos diferenciadores sustanciales entre las coberturas enfrentadas.

Criterio de razonabilidad entre los productos de la clase 25 y los servicios de la clase 35:

Dada la cobertura del signo solicitado y la de los signos previamente registrados en la clase 35, esta Dirección encuentra que se configura conexidad competitiva bajo el criterio de razonabilidad. El signo solicitado pretende distinguir productos relacionados con prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, uniformes, guantes de invierno, cubrecuellos, calcetines, prendas para cubrir la cara de invierno, guantes para vestir con tecnología táctil para productos electrónicos, ropa de lluvia y cinturones de materias textiles.

En relación con los signos previamente registrados, la conexidad se configura por la cercanía funcional entre los productos de moda y los servicios de promoción, comercialización y venta minorista de productos de todo tipo, ya que de manera razonable, el titular de un signo registrado para servicios de publicidad, marketing y merchandising puede ofrecer directamente prendas de vestir, calzado y accesorios como parte integral de su operación, incluyendo campañas promocionales, vitrinas digitales, catálogos en línea y plataformas de distribución. Aunque se trata de coberturas que pueden operar de forma independiente, ambos grupos convergen en la práctica del mercado comercial y publicitario, en el que los prestadores de servicios de promoción y venta minorista incluyen

Ref. Expediente N° SD2025/0012624

frecuentemente productos de moda como parte de sus estrategias de posicionamiento y activación de marca.

Esta coincidencia en sectores y dinámicas de mercado permite afirmar que el consumidor puede asociar razonablemente los productos y servicios enfrentados a un mismo origen empresarial, en tanto el proveedor de servicios de promoción puede ofrecer directamente prendas de vestir, calzado y artículos relacionados

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 de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca PEPPPO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Samyang Roundsquare Inc., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Samyang Roundsquare Inc., 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 21 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 25: Prendas de vestir; calzado; artículos de sombrerería; uniformes; guantes de invierno; cubrecuellos; calcetines; prendas para cubrir la cara de invierno; guantes para vestir con tecnología táctil para productos electrónicos; ropa de lluvia; cinturones de materias textiles [prendas de vestir].