

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 87614

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el 31 de marzo de 2025, el señor **HAROLD MAURICIO BARRERA GANTIVA**, solicitó el registro de la Marca **ALDEA TROPICAL JUGOS & BATIDOS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1063 del 07 de abril de 2025, la sociedad **DISTRIBUCIONES LA ALDEA S.A.S.** presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

*“(…) 4. La marca **ALDEA TROPICAL JUGOS Y BATIDOS**, solicitada se encuentra dentro de las prohibiciones de registro establecida en el artículo 136 de la decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, literal a), toda vez que al compararla con la marca registrada se concluye que:*

- *Entre **LA ALDEA TOLIMENSE** (marca registrada) y **ALDEA TROPICAL JUGOS Y BATIDOS** (marca solicitada), existe similitud fonética y conceptual.*
- *Entre **LA ALDEA TOLIMENSE** (marca registrada) y **ALDEA TROPICAL JUGOS Y BATIDOS** (marca solicitada), existe conexidad frente a los productos.*
- *Entre **LA ALDEA TOLIMENSE** (marca registrada) y **ALDEA TROPICAL JUGOS Y BATIDOS** (marca solicitada), existe total Riesgo de asociación empresarial.*

(…) 5. Observe el despacho que existe similitud evidente entre las marcas en conflicto:

SEMEJANZA VISUAL, FONETICA Y ORTOGRAFICA: MARCA REGISTRADA:

LA ALDEA TOLIMENSE

MARCA SOLICITADA:

ALDEA TROPICAL

*Es evidente que entre las marcas registradas y la solicitada, existe total similitud llevando estas dos marcas en efecto a ser confundibles en el mercado. Puede afirmarse que la marca solicitada, se encuentra **CONTENIDA** dentro de la marca registrada, además de utilizar una grafía muy similar.*

A continuación, veremos que es una reproducción de la marca ya registrada y que las marcas tanto visual, fonética y ortográficamente son similares.

COMPARACION VISUAL, FONETICA Y ORTOGRAFICA:

¹ **32:** Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

LA ALDEA TOLIMENSE (marca registrada) ALDEA TROPICAL (marca solicitada)
SEMEJANZA TENIENDO EN CUENTA LOS PRODUCTOS PROTEGIDOS:

MARCA REGISTRADA	MARCA SOLICITADA
LA ALDEA TOLIMENSE	ALDEA TROPICAL
Clases 29,30,31,32,35	Clase 32

(...) 7. **ERROR DE PROCEDENCIA:**
Cualquier consumidor podría pensar que las marcas **LA ALDEA**

TOLIMENSE y ALDEA TROPICAL tienen la misma procedencia empresarial, llevándolos a creer que su titular quiere ampliar su portafolio de productos en el mercado.

(...) Por lo anteriormente manifestado, reitero al Despacho que la marca **ALDEA TROPICAL, ES IRREGISTRABLE en la clase 32.**

9. PRETENSIONES.

Que se declare fundada la oposición.

En consecuencia, se niegue el registro de la expresión **ALDEA TROPICAL JUGOS Y BATIDOS**, para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la clasificación NIZA internacional.”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, mediante complemento de información radicado bajo el número **SD2025/0025382**, el señor **HAROLD MAURICIO BARRERA GANTIVA** presentó respuesta a la oposición, argumentando lo siguiente:

“(…) El oponente se limita a mencionar la causal sin desarrollar argumentación jurídica ni aportar prueba que demuestre que la marca solicitada carece de distintividad. Esta omisión vulnera el artículo 167 del Código General del Proceso, según el cual corresponde a quien alega un hecho probarlo.
La marca “Aldea Tropical Jugos & Batidos” posee un carácter distintivo en su conjunto, tanto a nivel fonético, como gráfico y conceptual. La combinación de los términos “Aldea Tropical” con la descripción clara del producto (“Jugos & Batidos”) no constituye una expresión genérica ni de uso común, sino que conforma un conjunto original, evocador y diferenciable.
No puede afirmarse que exista una similitud confundible con la marca “El Sabor de la Aldea Tolimense”, pues las diferencias son claras: Estructura verbal diferente: mientras el oponente utiliza una frase más extensa y descriptiva con énfasis en la región (“El Sabor de la Aldea Tolimense”), la marca solicitada opta por una expresión más breve y evocadora (“Aldea Tropical”), sin alusión geográfica directa.
Conceptos distintos: “Tropical” alude a una experiencia sensorial o climática, mientras que “Tolimense” remite a una ubicación geográfica. Son evocaciones distintas que generan percepciones diferentes en el consumidor.
Sectores comerciales diferentes o no acreditados como coincidentes: el oponente no ha demostrado coincidencia real en el mercado, ni riesgo de asociación, ni coexistencia problemática. Aldea Tropical elabora y vende jugos y batidos naturales elaborados bajo la técnica de prensado en frío; en las redes sociales del oponente se extrae que su labor es “somos una empresa dedicada al empaque y comercialización de productos alimenticios con el propósito de expandir nuestros productos en todo el territorio nacional e internacional, ser marca líder en el mercado y crecer cada día mas como empresa”, totalmente diferentes.
Conforme a la jurisprudencia de la Superintendencia (por ejemplo, Resolución No. 54778 de 2019), el uso de palabras evocativas no impide el registro de una marca si



Ref. Expediente N° SD2025/0025382

están integradas en un conjunto distintivo, como es el caso de "Aldea Tropical Jugos & Batidos".

(...) Ausencia de riesgo de confusión

Art. 136 lit. A Decisión 486

El riesgo de confundibilidad debe evaluarse desde tres ámbitos: fonético, gráfico y conceptual:

A. Fonéticamente, los signos difieren. "Aldea Tropical Jugos & Batidos" no incluye elementos como "Sabor" o "Tolimense", y por tanto no resulta similar al signo opositor.

B. Gráficamente, la marca solicitada es mixta, con diseño y composición visual propios que refuerzan su identidad, a diferencia del signo oponente de naturaleza eminentemente nominativa.

C. Conceptualmente, los mensajes proyectados por ambos signos son distintos: mientras que la marca oponente hace alusión a un sabor regional vinculado al Tolima, el signo solicitado evoca frescura, naturaleza y clima tropical, sin referencia geográfica concreta."

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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, 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

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. (...).

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

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.

Acervo probatorio

El solicitante como respuesta a la oposición allego el siguiente material probatorio:

- Material gráfico del uso del signo en redes sociales, etiquetas y puntos de venta, como evidencia de su presencia efectiva y diferenciada en el mercado.

a) Rechazo de Pruebas

Respecto al material probatorio aportado al expediente, esta Dirección reconoce que los documentos allegados por la solicitante dan cuenta de ciertos comportamientos de mercado por parte de las sociedades involucradas. No obstante, **dichas pruebas no son admisibles ni relevantes** para efectos del análisis de registrabilidad del signo solicitado, en tanto este debe ceñirse a los parámetros establecidos por la normativa marcaria vigente.

En particular, frente a la **causal de irreregistrabilidad relativa a la confundibilidad**, resulta determinante la aplicación del **artículo 136 literal a)** de la **Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina**, el cual establece:

Artículo 136.- 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;

En virtud de lo anterior, el estudio comparativo que debe realizar esta Dirección se limita

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° SD2025/0025382

estrictamente a los elementos consignados en la **solicitud de registro del signo solicitado** y en el **registro de la marca previamente concedida**. Este análisis **no puede verse condicionado por el uso que eventualmente se haya dado a los signos en el mercado**, ya que ello implicaría desconocer el **efecto constitutivo de derechos** que otorga el registro marcario, conforme a lo dispuesto en el **artículo 154 de la Decisión 486**.

En este sentido, es preciso reiterar que el examen de registrabilidad se basa exclusivamente en la información contenida en los expedientes marcarios, es decir, en las **reivindicaciones formales** realizadas por los titulares al momento de solicitar el registro. Esta es la manifestación jurídicamente vinculante en cuanto al alcance de los derechos solicitados o concedidos, y es la que se encuentra debidamente incorporada en el repositorio oficial de marcas. Por el contrario, el uso comercial de los signos, su divulgación o posicionamiento en el mercado **no constituyen elementos valorables en esta etapa del procedimiento administrativo**.

Por lo tanto, **las pruebas aportadas por la solicitante son rechazadas**, en tanto no resultan pertinentes ni conducentes para el análisis de registrabilidad del signo solicitado conforme a los criterios legales aplicables.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486. Confundibilidad con marcas previamente registradas.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	LA ALDEA TOLIMENSE	DISTRIBUCIONES LA ALDEA SAS	SD2025/0008121	12	29, 30, 31, 32, 35	Marca	Registrada	06 ago. 2035
Mixta	LA ALDEA TOLIMENSE		SD2024/0034311	12	29, 30, 31, 35	Marca	Registrada	28 ene. 2035
Mixta	EL SABOR DE LA ALDEA TOLIMENSE		13229264	10	29, 30, 31, 35	Marca	Registrada	28 abr. 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado

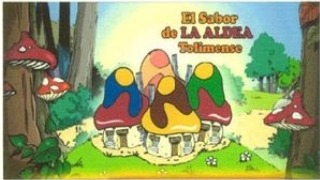


ALDEA TROPICAL JUGOS & BATIDOS
(Mixto)

El signo solicitado de naturaleza mixta está compuesto por la denominación “**ALDEA TROPICAL**” en letras mayúsculas, y de mayor tamaño, ubicada en la parte central, y la expresión “**JUGOS & BATIDOS**” en la parte inferior de menor tamaño. En el fondo se observan siluetas de palmeras y construcciones.



Ref. Expediente N° SD2025/0025382

Signos opositores
 LA ALDEA TOLIMENSE (Mixto)  LA ALDEA TOLIMENSE (Mixto)  EL SABOR DE LA ALDEA TOLIMENSE (Mixto)

Por su parte, los signos opositores son de naturaleza mixta, compuestos principalmente por las expresiones “LA ALDEA TOLIMENSE” con elementos y expresiones adicionales.

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Como ocurre en el presente caso, al realizar el cotejo entre signos de carácter mixto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado⁴:

“a) Si en los signos mixtos predomina el elemento nominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con las siguientes reglas para el cotejo de signos denominativos:⁵

(i) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender como el signo es percibido en el mercado.

*(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como por ejemplo tenemos el lexema **deport** en: **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ológico**.*

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.

⁴ TJCA, Proceso 218-IP-2019.

⁵ Ver Interpretación Prejudicial 472-IP-2015 de 10 de junio de 2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

(...)

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

b) Si resultare que el elemento característico de los signos mixtos es el gráfico, se deben utilizar las reglas de comparación para los signos puramente gráficos o figurativos, según sea el caso⁶:

(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe.

(ii) Entre los dos elementos que la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión.

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.⁷

c) Si al realizar la comparación se determina que en los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a confusión entre los signos, pudiendo estos coexistir pacíficamente en el ámbito comercial, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.⁸

Comparación entre signos mixtos y nominativos:

De otra parte, al efectuarse la comparación entre un signo denominativo y uno mixto, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁹

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor

⁶ En la Interpretación Prejudicial 524-IP-2016 de 12 de junio de 2017, el TJCA recogió las siguientes definiciones:

El trazado: son los trazos del dibujo que forman el signo.

El concepto: es la idea o concepto que el dibujo suscita en la mente de quien la observa.

Los colores: si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.

⁷ Ver Interpretación Prejudicial 161-IP-2015 del 27 de octubre de 2015.

⁸ Ver Interpretación Prejudicial 106-IP-2015 de 20 de julio de 2015.

⁹ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015.

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).¹⁰*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas¹¹ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética.** Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.
- b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)**
- c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar,** ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.
- d) Se debe observar el orden de las vocales,** toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.
- e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor,** pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.
- f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”¹²**

¹⁰ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

¹¹ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

¹² TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

Análisis comparativo

Siguiendo las reglas de cotejo marcario, en particular la impresión de conjunto, el examen sucesivo y la perspectiva del consumidor promedio, y considerando que en los signos enfrentados predomina el elemento denominativo, por ser las palabras las que el consumidor emplea para identificar y solicitar los productos, esta Dirección concluye que el signo solicitado **“ALDEA TROPICAL JUGOS & BATIDOS”** resulta similarmente confundible con los signos previamente registrados **“LA ALDEA TOLIMENSE”**, **“LA ALDEA TOLIMENSE”** y **“EL SABOR DE LA ALDEA TOLIMENSE”**.

En primer término, todos los conjuntos reproducen íntegramente el vocablo arbitrario **“ALDEA”**, que actúa como núcleo recordatorio y concentra la carga distintiva del signo. Este elemento, por su carácter arbitrario frente a los productos de la clase 32 que identifica, goza de una protección reforzada en el ámbito marcario, dado que no describe características, cualidades ni la naturaleza del producto, sino que constituye una expresión de fantasía. En consecuencia, la reproducción total de dicho término incrementa el riesgo de confusión y asociación, pues el consumidor percibe el mismo elemento dominante como indicador de origen empresarial común.

A su vez, las expresiones adicionales **“TROPICAL JUGOS & BATIDOS”** en el solicitado y **“LA ... TOLIMENSE”** o **“EL SABOR DE ... TOLIMENSE”** en los opositores cumplen funciones secundarias de corte descriptivo y; geográfico que carecen de carácter distintivo, pues su función es indicar procedencia y no diferenciar productos¹³. Bajo un examen sucesivo, el consumidor retiene la expresión **“ALDEA”** como elemento central del conjunto, percibiendo los añadidos como leyendas accesorias que no neutralizan la coincidencia sustancial en el término de mayor impacto.

Desde el plano ortográfico y visual, la coincidencia en el lexema **“ALDEA”**, con idéntico orden vocálico y misma secuencia consonántica, confiere a los signos una silueta compartida y un patrón de lectura equivalente. La mayor longitud de **“ALDEA TROPICAL JUGOS & BATIDOS”** no desdibuja esa identidad gráfica en el segmento dominante, del mismo modo que **“LA ... TOLIMENSE”** añade bloques que, por su naturaleza descriptiva o georreferencial, no desplazan la atención del consumidor del vocablo coincidente.

En el plano fonético, la cadencia **/al-dé-a/** se repite en todos los signos, con acento en la sílaba media, de modo que la sonoridad del elemento predominante es la misma. Las extensiones **“tropical jugos y batidos”** y **“tolimense”** alargan la enunciación, pero no modifican la clave auditiva que fija la memoria del consumidor en **“ALDEA”**, lo que favorece la asociación empresarial.

En el plano conceptual, la convergencia es manifiesta, debido a que todos los signos evocan la idea de **“aldea”¹⁴** como lugar o comunidad. Este aspecto se ve reforzado por los elementos gráficos, que, aunque el análisis se centra en lo nominativo, conducirían a la misma conclusión si se priorizara la valoración figurativa. Las composiciones visuales incorporan ornamentos como palmeras, construcciones y escenas de poblado, lo que remite directamente a la idea de aldea. En consecuencia, el componente gráfico no introduce un significado distinto, sino que enfatiza la misma idea. La coincidencia semántica y la reiteración de una imagen mental común incrementan la probabilidad de que el público atribuya un mismo origen empresarial o, al menos, una relación económica entre los signos.

¹³ TJCA, Proceso N° 70-IP-2015

¹⁴ Pueblo de escaso vecindario y, por lo común, sin jurisdicción propia. - <https://dle.rae.es/aldea>

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

Así las cosas, apreciados sucesivamente y en su conjunto, los signos comparados proyectan una impresión global próxima en los planos ortográfico, fonético, visual y conceptual, por la reproducción del elemento predominante “**ALDEA**” y por la naturaleza meramente accesorio de los demás vocablos, configurándose un riesgo de confusión y/o asociación en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

32: Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

Los signos confrontados identifican:

Expedientes

Productos

SD2025/0008121 **(29):** Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

(30): Arroz; tapioca y sagú, cacao, harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

(31): Frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas, frescas; cereales en granos sin procesar, bulbos, animales vivos; productos, alimenticios y bebidas para animales; malta.

(32): Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

(35): Comercialización, importación, exportación de: carne, pescado, carne de ave y carne de caza, extractos de carne, frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas, jaleas, confituras, compotas, huevos, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles, arroz, tapioca y sagú, cacao, harinas y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y confitería, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos de hornear, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo, frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas, cereales en granos sin procesar, bulbos, animales vivos, productos alimenticios y bebidas para animales, malta, cervezas, aguas minerales y otras bebidas sin alcohol, bebidas a base de frutas y zumos de frutas, siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.



Ref. Expediente N° SD2025/0025382

SD2024/0034311 (29): Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

(30): Arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

(31): Frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas, frescas; cereales en granos sin procesar, bulbos, animales vivos; productos, alimenticios y bebidas para animales; malta.

(35): Comercialización, importación, exportación de: carne, pescado, carne de ave y carne de caza, extractos de carne, frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas, jaleas, confituras, compotas, huevos, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles, arroz, tapioca y sagú, harinas y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y confitería, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos de hornear, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo, frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas, cereales en granos sin procesar, bulbos, animales vivos, productos alimenticios y bebidas para animales, malta.

13229264 (29): Frutas en conserva, cristalizadas, cortadas, congeladas, confitadas, encurtidas, envasadas, escarchadas, glaseadas, procesadas, secas, gelatina de frutas, jaleas de frutas, pasta de frutas, puré de frutas, pulpa de frutas, verduras y hortalizas, ensaladas de verduras, hortalizas y legumbres en: conserva, encurtidas, en lata, congeladas; leche, crema de leche, leche líquida entera, leche líquida semidescremada, leche descremada en polvo entera, leche en polvo semidescremada, mezcla láctea en polvo y líquida, leche líquida y en polvo saborizada, leche líquida y en polvo azucarada, queso, queso para untar producto lácteo como: crema en polvo, kumis, fermentos lácteos para uso culinario, bebidas lácteas en las que predomine la leche, nata artificial (sucedáneos de productos lácteos, pastas a base de productos lácteos, salsas a base de productos lácteos para untar, mantequilla, margarina. aceites vegetales para la cocina, aceite de oliva, de palma, de soya, carne, pescado, embutidos, carne de ave y carne de caza.

(30): Salsa para alimentos, polvos para esponjar, mayonesa, salsa de tomate, (condimentos), vinagre, mostaza, especias, pan, pan integral, almojábanas, pan de yucas, pan de bonos" pasa bocas hechos a base de harina, arepas, empanadas, biscochos, cereal para el desayuno; harinas y preparaciones hechas de cereales; gomas de mascar, ponqués, mezcla para hacer ponqués, caramelos o dulces, miel, jalea, maní, almendras, uvas pasas, frutos artificiales o naturales, decoraciones de ponqué hechas de caramelo o dulce, barra de pasabocas a base de cacao; conos para helado, confitería, galletas; pasabocas hechos de maíz, galletas de sal, emparedados, postres

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

azucarados y saborizados, confites congelados, miel, helado, masmelos, muffins, fideos, hojuelas de avena, pancakes, mezcla para hacer pancakes, pasta para pasteles, jarabe de hojuelas, polvos para esponjar, levaduras, tartas o pie, pizza, palomitas de maíz, tortillas y waffles.

(31): Cereales en grano sin procesar, granos de cacao crudos. frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, semillas de frutas.

(35): Comercialización, distribución, importación y exportación de: frutas en conserva, cristalizadas, cortadas, congeladas, confitadas, encurtidas, envasadas, escarchadas, glaseadas, procesadas, secas, gelatina de frutas, jaleas de frutas, pasta de frutas, puré de frutas, pulpa de frutas, verduras y hortalizas, ensaladas de verduras, hortalizas y legumbres en: conserva, encurtidas, en lata, congeladas; leche, crema de leche, leche líquida entera, leche líquida semi descremada, leche descremada en polvo entera, leche en polvo semidescremada, mezcla láctea en polvo y líquida, leche líquida y en polvo saborizada, leche líquida y en polvo azucarada, queso, queso para untar producto lácteo como: crema en polvo, kumis, fermentos lácteos para uso culinario, bebidas lácteas en las que predomine la leche, nata artificial (sucedáneos de productos lácteos, pastas a base de productos lácteos, salsas a base de productos lácteos para untar, mantequilla, margarina, aceites vegetales para la cocina, aceite de oliva, de palma, de soya, carne, pescado, embutidos, carne de ave y carne de caza. salsa para alimentos, polvos para esponjar, mayonesa, salsa de tomate,(condimentos), vinagre, mostaza, especias, pan, pan integral, almojábanas, pan de yucas, pan de bonos, pasabocas hechos a base de harina, arepas, empanadas, biscochos, cereal para el desayuno; harinas y preparaciones hechas de cereales; gomas de mascar, ponqués, mezcla para hacer ponqués, caramelos o dulces, miel, jalea, mani, almendras, uvas pasas, frutos artificiales o naturales, decoraciones de ponqué hechas de caramelo o dulce, barra de pasa bocas a base de cacao; conos para helado, confitería, galletas, pasabocas hechos de maíz, galletas de sal, emparedados, postres azucarados y saborizados, confites congelados, miel, helado, masmelos, muffins, fideos, hojuelas de avena, pancakes, mezcla para hacer pancakes, pasta para pasteles, jarabe de hojuelas, polvos para esponjar, levaduras, tartas o pie, pizza, palomitas de maíz, tortillas y waffles, cereales en grano sin procesar, granos de cacao crudos. frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, semillas de frutas cereales en grano sin procesar y granos de cacao crudos.

Análisis conexidad competitiva entre productos de la clase 32 de la marca solicitada vs productos de la clase 32 de las marcas opositoras

Vista la cobertura de los signos enfrentados, se encuentra que identifican los mismos productos consistentes en: *“Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.”*, razón por la cual se establece que no es necesario acudir a los criterios de conexión competitiva de productos y servicios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, para determinar que entre los signos existe una relación de conexidad, toda vez que las coberturas descritas son idénticas.

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional.

Análisis conexidad competitiva entre productos de la clase 32 de la marca solicitada vs productos de las clases 29, 30, 31 y 35 de las marcas opositoras

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se configuran los presupuestos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos, es la razonabilidad definida como *“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. (...)”*¹⁵. En el caso concreto, los signos enfrentados son muy similares por la reproducción del elemento predominante **“ALDEA”**, circunstancia que intensifica la expectativa de procedencia común y activa el análisis por razonabilidad.

Los productos del signo solicitado en la clase 32 comprenden cervezas, aguas minerales y otras bebidas sin alcohol, bebidas a base de frutas y zumos de frutas, siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas. Se trata de bebidas listas para consumo o insumos líquidos destinados a su preparación, comercializados en formatos y canales típicos del mercado de bebidas.

Por su parte, las coberturas opositoras amparan en la clase 29 carnes, lácteos, grasas y conservas; en la clase 30 productos de panadería, confitería, helados y condimentos; en la clase 31 productos agrícolas frescos y malta; y en la clase 35 servicios de comercialización, importación y exportación de una canasta amplia de alimentos y, de manera expresa, de cervezas, aguas minerales, otras bebidas sin alcohol, bebidas a base de frutas, zumos y siropes.

La relación entre las bebidas de la clase 32 y los alimentos de las clases 29, 30 y 31, apreciada bajo el prisma de la razonabilidad y atendiendo a la alta similitud marcaría por la reproducción del elemento **“ALDEA”**, permite concluir que el consumidor puede atribuir un mismo origen empresarial. La coincidencia del signo dominante en categorías que conviven en puntos de venta, exhibiciones conjuntas, promociones cruzadas y arquitecturas de portafolio favorece la percepción de que las bebidas son una extensión natural de líneas alimenticias identificadas con **“ALDEA”**, por lo que se configura conexidad competitiva por asociación.

A su vez, el contraste entre la clase 32 solicitada y los servicios de la clase 35 revela una conexidad competitiva reforzada. La cobertura de la clase 35 incluye de forma expresa la comercialización, importación y exportación de cervezas, aguas minerales, otras bebidas sin

¹⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

alcohol, bebidas a base de frutas, zumos y siropes, es decir, el mismo núcleo de productos del signo solicitado. La reproducción del elemento predominante **“ALDEA”** en ambos signos intensifica la expectativa de procedencia común en el público relevante, pues existe identidad del objeto transado, convergencia de canales mayoristas y minoristas y práctica de operar marcas y sub-marcas bajo la misma denominación en bienes y servicios de distribución.

Además, el uso del mismo elemento distintivo en material publicitario, plataformas de comercio electrónico, catálogos y señalética en puntos de venta facilita decisiones de compra inducidas por asociación. En este entorno, la conexión competitiva se manifiesta por los servicios operativos que canalizan exactamente los bienes protegidos, como por razonabilidad, el consumidor presupone continuidad empresarial cuando observa el mismo signo dominante en productos y en su comercialización.

En resumen, atendiendo a la marcada similitud de los signos por la reproducción del elemento predominante **“ALDEA”**, se configura conexidad competitiva entre la clase 32 y las clases 29, 30 y 31 por razonabilidad, y se verifica una conexidad competitiva directa y acentuada entre la clase 32 y la clase 35 por identidad de objeto y coincidencia de canales. Por lo anterior, no resulta extraño que un operador identificado como **“ALDEA”** extienda su portafolio desde alimentos a bebidas o gestione, bajo la misma denominación, los canales de comercialización de dichas bebidas. En cambio, la ausencia de esa alta similitud habría elevado el umbral de diferenciación exigible para que operara la confundibilidad, lo que aquí no ocurre precisamente por la reproducción del elemento predominante.

Junto con ello, existe el riesgo de confusión en los consumidores dado que los canales de divulgación o comercialización de estos productos pueden coincidir, situación que podría generar la idea errónea de que se trata de productos que tienen el mismo origen empresarial o de que el signo que se pretende registrar constituye una innovación marcaria del signo ya registrado o una nueva línea de productos de la empresa titular de la marca.

En ese sentido, esta Dirección evidencia que, dadas las coberturas enfrentadas y la reproducción del elemento predominante **“ALDEA”**, existe una posibilidad real de asociaciones o confusión derivadas de las prácticas del mercado de consumo masivo y de la arquitectura marcaria de portafolio.

En este punto es necesario hacer referencia a lo expresado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, con relación a la Teoría de la Interdependencia:

“La doctrina advierte que cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”¹⁶

Por tanto, tenemos que, bajo las reglas de la sana crítica y el criterio de razonabilidad, el presupuesto de conexidad competitiva se cumple entre la clase 32 y la clase 35, y se verifica de manera suficiente entre la clase 32 y las clases 29, 30 y 31 a partir de la alta similitud de los signos.

¹⁶ Interpretación Prejudicial Proceso 96-IP-2006. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina cita a BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475.

Ref. Expediente N° SD2025/0025382

En consecuencia, esta Dirección estima que se satisface el criterio sustancial de conexidad por razonabilidad y concluye que la coexistencia resulta improcedente por el potencial de confusión y asociación en el público consumidor.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por la sociedad **DISTRIBUCIONES LA ALDEA S.A.S.**

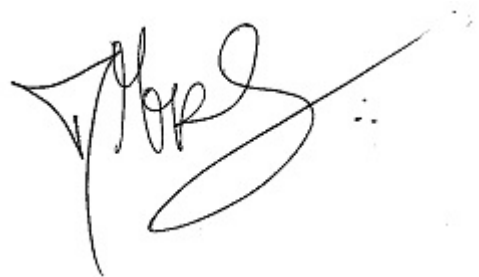
ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **ALDEA TROPICAL JUGOS & BATIDOS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación **aGANTIVA**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar al señor **HAROLD MAURICIO BARRERA GANTIVA**, solicitante del registro y a la sociedad opositora **DISTRIBUCIONES LA ALDEA S.A.S.**, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 28 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS