

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 89593

Ref. Expediente N° SD2025/0032463

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 8 de abril de 2025, ALMACENES EXITO S A, solicitó el registro de la Marca FRESH MARKET SELECTION (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 29, 30, 31, 32 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1074, 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.”*

<sup>1</sup> 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, mermeladas, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio.

30: Café, té, cacao y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielos.

31: Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar; animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta.

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

35: Adquisición, comercialización y venta bajo cualquier modalidad comercial de toda clase de mercancía y productos nacionales y extranjeros al por mayor y/o al detal; adquisición, creación, organización, administración y explotación de establecimientos de comercio, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, droguerías y farmacias, depósitos, bodegas y demás establecimientos mercantiles destinados a la adquisición de mercancías y productos de todo género con ánimo de revenderlos, la enajenación de los mismos al por mayor y/o al detal, la venta de bienes y la prestación de servicios complementarios susceptibles de comercio de acuerdo con sistemas modernos de venta en almacenes especializados de comercio múltiple y/o autoservicio; comercio electrónico y servicios de venta al público de todo tipo de productos y servicios por internet, correo, catálogos, por teléfono, por radio y a través de la televisión y otros medios electrónicos de todo tipo de productos; servicios de comercio electrónico con una finalidad publicitaria y de ventas; servicios de obtención de beneficios y descuentos a favor de clientes en la compra de todo tipo de bienes y servicios, incluyendo beneficios y descuentos por la compra de los mismos a otros comerciantes. Administración, desarrollo, explotación y supervisión de programas de fidelización de clientes o de incentivos con descuentos especiales y otros beneficios en toda clase de productos y servicios; organización de eventos, exposiciones y ferias con fines comerciales o publicitarios; promoción de bienes y servicios de terceros, por cualquier medio, incluyendo la colocación de avisos publicitarios y la exposición promocional en sitios electrónicos accesibles por medio de redes computacionales. Servicio de difusión de publicidad por cualquier medio y de toda clase de productos y servicios; servicios de mercadeo en general (marketing), incluyendo estrategias para obtener y/o mantener la lealtad de clientes propios o de terceros, incluyendo estrategias de identificación y conocimiento de clientes, estrategias de retención, gestión de servicios con valor agregado, tales como recompensas y premios, accesos a información, obtención de descuentos y otros beneficios. Servicios de representación de productos y servicios. Servicios de venta por catálogos. Reagrupamiento, por cuenta de terceros, de productos diversos. Registro, transcripción, composición, compilación, explotación y sistematización de datos.



Ref. Expediente N° SD2025/0032463

## 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 tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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.

<sup>2</sup> •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. (...)”.

<sup>3</sup> 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° SD2025/0032463

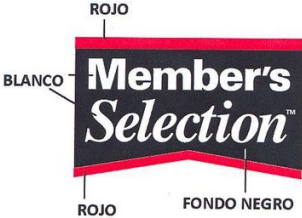
Estudio de registrabilidad del signo solicitado

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      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038939 | 11   | 30    | Marca   | Registrada | 08 ene. 2030  |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038933 | 11   | 29    | Marca   | Registrada | 15 ene. 2030  |
| Nominativa | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038866 | 11   | 43    | Marca   | Registrada | 17 dic. 2029  |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038944 | 11   | 31    | Marca   | Registrada | 17 dic. 2029  |
| Nominativa | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2022/0013287 | 11   | 30    | Marca   | Registrada | 23 sept. 2032 |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038951 | 11   | 43    | Marca   | Registrada | 17 dic. 2029  |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038948 | 11   | 32    | Marca   | Registrada | 09 ene. 2030  |
| Nominativa | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038864 | 11   | 32    | Marca   | Registrada | 09 ene. 2030  |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | 09024617       | 9    | 30    | Marca   | Registrada | 14 sept. 2029 |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | 09024614       | 9    | 31    | Marca   | Registrada | 14 sept. 2029 |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | 09024611       | 9    | 32    | Marca   | Registrada | 14 sept. 2029 |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | 09024624       | 9    | 29    | Marca   | Registrada | 14 sept. 2029 |
| Nominativa | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038862 | 11   | 31    | Marca   | Registrada | 17 dic. 2029  |
| Nominativa | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038860 | 11   | 30    | Marca   | Registrada | 17 dic. 2029  |
| Nominativa | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2019/0038859 | 11   | 29    | Marca   | Registrada | 08 ene. 2030  |
| Mixta      | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2023/0101954 | 12   | 33    | Marca   | Registrada | 14 nov. 2034  |
| Nominativa | MEMBER'S SELECTION | PRICESMART, INC. | SD2023/0101951 | 12   | 33    | Marca   | Registrada | 09 abr. 2035  |

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                                 | Las marcas registradas                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <div></div> <p>MEMBER'S SELECTION</p> |



Ref. Expediente N° SD2025/0032463

## Jurisprudencia

### Análisis en conjunto durante la comparación entre marcas mixtas

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 170-IP-2013, ha señalado que:

*“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.*

### Elemento predominante en las marcas mixtas

En el Proceso 100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

*“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.*

### Análisis comparativo

Esta Dirección observa que si bien existen diferencias en el elemento nominativo de los signos, la parte gráfica de los mismos resulta ser muy sobresaliente. En efecto, al realizar el cotejo de los signos FRESH MARKET SELECTION / MEMBER'S SELECTION, se observa la preeminencia que tiene su elemento gráfico y que coincide con el elemento relevante de la marca a registro dadas sus características casi idénticas, y que se ciñen en un rectángulo horizontal con bordes redondeados y doble contorno en blanco y negro, que le otorga una apariencia sólida y equilibrada, en la parte superior: “FRESH MARKET”, centrado y destacado en blanco sobre fondo negro. En la parte inferior: “SELECTION”, también en mayúsculas, separada visualmente por una línea divisoria sutil, todo lo anterior, en un tamaño, posición y ubicación en el conjunto de manera muy semejante, por lo que tanto el signo solicitado como los signos previamente registrados incorporan la misma imagen, dispuesta en el mismo sentido, lo cual hará que el consumidor al ver los signos, los confunda o los asocie como provenientes del mismo origen empresarial, máxime porque el elemento denominativo de la marca a registro “FRESH MARKET” es descriptiva para los productos y servicios que se pretenden proteger, por lo que no podría predicarse de ella 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/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



Ref. Expediente N° SD2025/0032463

conexión competitiva entre los productos y/o servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**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, mermeladas, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio.

**30:** Café, té, cacao y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielo.

**31:** Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar; animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta.

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

**35:** Adquisición, comercialización y venta bajo cualquier modalidad comercial de toda clase de mercancía y productos nacionales y extranjeros al por mayor y/o al detal; adquisición, creación, organización, administración y explotación de establecimientos de comercio, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, droguerías y farmacias, depósitos, bodegas y demás establecimientos mercantiles destinados a la adquisición de mercancías y productos de todo género con ánimo de revenderlos, la enajenación de los mismos al por mayor y/o al detal, la venta de bienes y la prestación de servicios complementarios susceptibles de comercio de acuerdo con sistemas modernos de venta en almacenes especializados de comercio múltiple y/o autoservicio; comercio electrónico y servicios de venta al público de todo tipo de productos y servicios por internet, correo, catálogos, por teléfono, por radio y a través de la televisión y otros medios electrónicos de todo tipo de productos; servicios de comercio electrónico con una finalidad publicitaria y de ventas; servicios de obtención de beneficios y descuentos a favor de clientes en la compra de todo tipo de bienes y servicios, incluyendo beneficios y descuentos por la compra de los mismos a otros comerciantes. Administración, desarrollo, explotación y supervisión de programas de fidelización de clientes o de incentivos con descuentos especiales y otros beneficios en toda clase de productos y servicios; organización de eventos, exposiciones y ferias con fines comerciales o publicitarios; promoción de bienes y servicios de terceros, por cualquier

<sup>4</sup> 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° SD2025/0032463

medio, incluyendo la colocación de avisos publicitarios y la exposición promocional en sitios electrónicos accesibles por medio de redes computacionales. Servicio de difusión de publicidad por cualquier medio y de toda clase de productos y servicios; servicios de mercadeo en general (marketing), incluyendo estrategias para obtener y/o mantener la lealtad de clientes propios o de terceros, incluyendo estrategias de identificación y conocimiento de clientes, estrategias de retención, gestión de servicios con valor agregado, tales como recompensas y premios, accesos a información, obtención de descuentos y otros beneficios. Servicios de representación de productos y servicios. Servicios de venta por catálogos. Reagrupamiento, por cuenta de terceros, de productos diversos. Registro, transcripción, composición, compilación, explotación y sistematización de datos.

Los signos previamente registrados identifican:

| <b>Expediente:</b>    | <b>Producto y servicios:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SD2019/0038939</b> | <b>(30):</b> Productos de pastelería; condimentos; especias; mezcla de especias; salsas; azúcar; sustitutos del azúcar; arroz; pizza congelada; productos de pastelería congelados; helado; café; caramelo duro.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>SD2019/0038933</b> | <b>(29):</b> Queso; carne de almuerzo; carne fresca; aves; pescado; vegetales congelados; frutas congeladas; camarones congelados; nueces peladas, nueces preparadas, nueces procesadas, nueces de betel procesadas, nueces de Brasil preparadas, nueces de macadamia preparadas, nueces de macadamia procesadas, nueces de macadamia tostadas; aceite de cocina; ensaladas de frutas, verduras, hortalizas y legumbres; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; mezcla de sopa; fríjoles cocidos; leche; atún, no vivo; ensalada de atún; frituras de tortilla; frituras de maíz; frutas enlatadas; aceitunas en conserva, secas y cocidas; yogurt; crema de café; mantequilla de maní; bebidas de almendras. |
| <b>SD2019/0038866</b> | <b>(43):</b> Servicios de restauración (alimentación); servicios de comidas rápidas y para llevar; servicios de refrigerios; servicios de cafetería; servicios de restaurante.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>SD2019/0038944</b> | <b>(31):</b> Frutas frescas; vegetales frescos; comida para mascotas; fríjoles frescos; arena para gatos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>SD2022/0013287</b> | <b>(30):</b> Pasta.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>SD2019/0038951</b> | <b>(43):</b> Servicios de restauración (alimentación); servicios de comidas rápidas y para llevar; servicios de refrigerios; servicios de cafetería; servicios de restaurante.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>SD2019/0038948</b> | <b>(32):</b> Jugos frutales; agua embotellada.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>SD2019/0038864</b> | <b>(32):</b> Jugos frutales; agua embotellada.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>09024617</b>       | <b>(30):</b> Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>09024614</b>       | <b>(31):</b> Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales; malta.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>09024611</b>       | <b>(32):</b> Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Ref. Expediente N° SD2025/0032463

- 09024624** (29): Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.
- SD2019/0038862** (31): Frutas frescas; vegetales frescos; comida para mascotas; frijoles frescos; arena para gatos.
- SD2019/0038860** (30): Productos para hornear; condimentos; especias; mezcla de especias; salsas; azúcar; sustitutos del azúcar; arroz; pizza congelada; deditos de mozzarella congelados; helado; café; caramelo duro.
- SD2019/0038859** (29): Queso; carne de almuerzo; carne fresca; aves; pescado; vegetales congelados; frutas congeladas; camarones congelados; nueces; aceite de cocina; ensaladas mixtas; ensaladas mixtas de col; mezcla de vegetales; hojas frescas; mini vegetales; mezcla de sopa; frijoles cocidos; leche; atún, no vivo; ensalada de atún; frituras de tortilla; frituras de maíz; frutas enlatadas; aceitunas; yogurt; crema de café; mantequilla de maní; bebidas de almendras.
- SD2023/0101954** (33): Vinos; whisky.
- SD2023/0101951** (33): Vinos; whisky.

**Conexidad competitiva entre productos de la clase 29 del signo solicitado y los productos de la clase 29 de los expedientes (SD2019/0038933), (09024624) y (SD2019/0038859)**

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase 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 productos como *carne* ubicados en la misma clase 29 del nomenclador internacional.

**Conexidad competitiva entre productos de la clase 30 del signo solicitado y los productos de la clase 30 de los expedientes (SD2019/0038860), (09024617), (SD2022/0013287) y (SD2019/0038939)**

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase 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 *productos para hornear y de pastelería* ubicados en la misma clase 30 del nomenclador internacional.

**Conexidad competitiva entre productos de la clase 31 del signo solicitado y los productos de la clase 31 de los expedientes (SD2019/0038944), (09024614) y (SD2019/0038862)**

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase 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 *frutas y legumbres* ubicados en la misma clase 31 del nomenclador internacional.

Ref. Expediente N° SD2025/0032463

**Conexidad competitiva entre productos de la clase 35 del signo solicitado y los productos de las clases 29, 30 y 31 de los expedientes antecedentes.**

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

En efecto, para el consumidor podrá ser razonable que quien elabora diversidad de productos contenidos en las clases 29, 30 y 31; los ponga a disposición de los consumidores a través de servicios de *adquisición, creación, organización, administración y explotación de establecimientos de comercio, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia* propios de la clase 35, como quiera que la realidad del mercado muestra que empresarios que se desempeñan en el sector alimenticios, amplíen su esquema de negocios y ofrezcan directamente sus productos a través de su propia cadena y explotación de establecimientos de comercio, almacenes, supermercados, hipermercados.

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

**Conexidad competitiva entre productos de la clase 32 del signo solicitado y los productos de la clase 33 de los expedientes (SD2023/0101954) y (SD2023/0101951)**

Esta Dirección evidencia que los signos confrontados, si bien pertenecen a diferentes clases, tienen finalidades idénticas, en la medida en que el producto de la marca registrada podría ser sustituido por el producto de la marca solicitada, ya que los mismos son intercambiables en cuanto a su finalidad.

En efecto, es evidente que los productos como *bebidas sin alcohol, cervezas, bebidas a base de frutas y zumos de frutas* de la clase 32 pueden ser sustituidos por los *vinos* en tanto son acompañamiento para la ingesta de alimentos, usados en coctelería o comercializados en los mismos lugares, por lo que su finalidad es muy similar, en tanto podrían satisfacer la misma necesidad del consumidor.

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 FRESH MARKET SELECTION (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación



Ref. Expediente N° SD2025/0032463

Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por ALMACENES EXITO S A, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Negar el registro de la Marca FRESH MARKET SELECTION (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>6</sup>, solicitada por ALMACENES EXITO S A, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO TERCERO:** Negar el registro de la Marca FRESH MARKET SELECTION (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>7</sup>, solicitada por ALMACENES EXITO S A, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO CUARTO:** Negar el registro de la Marca FRESH MARKET SELECTION (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>8</sup>, solicitada por ALMACENES EXITO S A, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO QUINTO:** Negar el registro de la Marca FRESH MARKET SELECTION (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>9</sup>, solicitada por ALMACENES EXITO S A, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEXTO:** Notificar de esta resolución a ALMACENES EXITO S A, 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 SÉPTIMO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

### Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 31 de octubre de 2025

<sup>5</sup> 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, mermeladas, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio.

<sup>6</sup> 30: Café, té, cacao y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielo.

<sup>7</sup> 31: Productos agrícolas, acuícolas, horticolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar; animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta.

<sup>8</sup> 32: Cervezas; bebidas sin alcohol; aguas minerales y carbonatadas; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas sin alcohol.

<sup>9</sup> 35: Adquisición, comercialización y venta bajo cualquier modalidad comercial de toda clase de mercancía y productos nacionales y extranjeros al por mayor y/o al detal; adquisición, creación, organización, administración y explotación de establecimientos de comercio, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, droguerías y farmacias, depósitos, bodegas y demás establecimientos mercantiles destinados a la adquisición de mercancías y productos de todo género con ánimo de revenderlos, la enajenación de los mismos al por mayor y/o al detal, la venta de bienes y la prestación de servicios complementarios susceptibles de comercio de acuerdo con sistemas modernos de venta en almacenes especializados de comercio múltiple y/o autoservicio; comercio electrónico y servicios de venta al público de todo tipo de productos y servicios por internet, correo, catálogos, por teléfono, por radio y a través de la televisión y otros medios electrónicos de todo tipo de productos; servicios de comercio electrónico con una finalidad publicitaria y de ventas; servicios de obtención de beneficios y descuentos a favor de clientes en la compra de todo tipo de bienes y servicios, incluyendo beneficios y descuentos por la compra de los mismos a otros comerciantes. Administración, desarrollo, explotación y supervisión de programas de fidelización de clientes o de incentivos con descuentos especiales y otros beneficios en toda clase de productos y servicios; organización de eventos, exposiciones y ferias con fines comerciales o publicitarios; promoción de bienes y servicios de terceros, por cualquier medio, incluyendo la colocación de avisos publicitarios y la exposición promocional en sitios electrónicos accesibles por medio de redes computacionales. Servicio de difusión de publicidad por cualquier medio y de toda clase de productos y servicios; servicios de mercadeo en general (marketing), incluyendo estrategias para obtener y/o mantener la lealtad de clientes propios o de terceros, incluyendo estrategias de identificación y conocimiento de clientes, estrategias de retención, gestión de servicios con valor agregado, tales como recompensas y premios, accesos a información, obtención de descuentos y otros beneficios. Servicios de representación de productos y servicios. Servicios de venta por catálogos. Reagrupamiento, por cuenta de terceros, de productos diversos. Registro, transcripción, composición, compilación, explotación y sistematización de datos.



Ref. Expediente N° SD2025/0032463



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**