

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 94381

Ref. Expediente N° SD2025/0035930

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 21 de abril de 2025, DIEGO CATAÑO ALZATE, solicitó el registro de la Marca AMASITA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1069, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

¹ 30: Mezclas para la elaboración de productos de panadería; mezclas para la preparación de productos de panadería; preparados para hacer productos de panadería; productos de panadería sin gluten; rellenos de chocolate para productos de panadería; arepa [pan de maíz]; baozi [pancitos rellenos]; baozi [pancitos rellenos al vapor]; barras de pan; bases de empanadas; bialy [pan de levadura]; bisciola [pan dulce fermentado]; bollos de pan tostados [muffins ingleses]; budín de pan; carcent [pan]; concentrados de pan; concentrados en polvo para uso en la panificación; concentrados para el pan; concentrados para uso en la panificación; coulis de frutas [salsas] para panna cotta; empadas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadas de siri [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de bacalhau [empanadillas rellenas de bacalao]; empadinhas de banana [empanadillas de plátano]; empadinhas de camarão [empanadillas rellenas de camarón]; empadinhas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de chocolate [empanadillas de chocolate]; empadinhas de frango [empanadillas rellenas de pollo]; empadinhas de linguiça calabresa [empanadillas rellenas de salchicha]; empadinhas de maçã [empanadillas de manzana]; empadinhas de palmito [empanadillas rellenas de palmito]; empadinhas de queijo [empanadillas rellenas de queso]; empadinhas de salmão [empanadillas rellenas de salmón]; pan*; pan ázimo; pan con soja; pan crocante; pan crujiente seco; pan de caja; pan de gambas; pan de jengibre; pan de lino; pan de malta; pan de molde; pan de pasas; pan de quinoa; pan molido panko; pan naan; pan relleno; panecillos con verduras; panes y bollos; panetón; panetone.



Ref. Expediente N° SD2025/0035930

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previas

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	Amasita Bakery	META 24 S.A.S	SD2024/0110992	12	30, 35, 39, 43	Marca	Bajo Examen de Fondo	
Mixta	MINANANG SARAP Mama Sita's NATURAL NA SANGKAP	Mama Sita's Holding Co., Inc.	15099038	10	29, 30, 32, 35	Marca	Registrada	24/10/2034
Mixta	Mama Sita's	MAMA SITA'S HOLDING CO. INC.	13045477	9	29, 30	Marca	Registrada	27/12/2033

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).³

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° SD2025/0035930

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas previas
	  

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

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

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado AMASITA (mixta) y las marcas registradas AMASITA / MINANANG SARAP MAMA SITA’S NATURAL NA SANGKAP / MAMA SITA’S (mixtas), apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado presenta similitudes ortográficas y fonéticas respecto de las marcas registradas toda vez que éste contiene la secuencia de letras A-M-A-S-I-T-A en la misma disposición ortográfica generando un impacto sonoro altamente similar, sin que la adición de las expresiones PRODUCTOS ALIMENTICIOS (genéricos en



Ref. Expediente N° SD2025/0035930

la clase 30 internacional) sean cambios suficientes que logren diferenciar los signos confrontados.

En vista de ello, los consumidores podrían creer que el signo solicitado es una variación de la marca registrada cuando en realidad no es así.

Adicionalmente, a pesar que el signo solicitado sea de naturaleza mixta, es evidente que en el conjunto marcario predomina la parte nominativa del signo por cuanto se trata de una tipografía especial que no es derrotero para diluir la semejanza con las marcas antecedentes.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

30: Mezclas para la elaboración de productos de panadería; mezclas para la preparación de productos de panadería; preparados para hacer productos de panadería; productos de panadería sin gluten; rellenos de chocolate para productos de panadería; arepa [pan de maíz]; baozi [pancitos rellenos]; baozi [pancitos rellenos al vapor]; barras de pan; bases de empanadas; bialy [pan de levadura]; bisciola [pan dulce fermentado]; bollos de pan tostados [muffins ingleses]; budín de pan; carcent [pan]; concentrados de pan; concentrados en polvo para uso en la panificación; concentrados para el pan; concentrados para uso en la panificación; coulis de frutas [salsas] para panna cotta; empadas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadas de siri [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de bacalhau [empanadillas rellenas de bacalao]; empadinhas de banana [empanadillas de plátano]; empadinhas de camarão [empanadillas rellenas de camarón]; empadinhas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de chocolate [empanadillas de chocolate]; empadinhas de frango [empanadillas rellenas de pollo]; empadinhas de linguiça calabresa [empanadillas rellenas de salchicha]; empadinhas de maçã [empanadillas de manzana]; empadinhas de palmito [empanadillas rellenas de palmito]; empadinhas de queijo [empanadillas rellenas de queso]; empadinhas de salmão [empanadillas rellenas de salmón]; pan*; pan ázimo; pan con soja; pan crocante; pan crujiente seco; pan de caja; pan de gambas; pan de

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0035930

jengibre; pan de lino; pan de malta; pan de molde; pan de pasas; pan de quinua; pan molido panko; pan naan; pan relleno; panecillos con verduras; panes y bollos; panetón; panetone.

Los signos previamente registrados y solicitados identifican:

Expediente SD2024/0110992 Clase 30: Bazlama [pan plano]; bhakri [pan plano]; bialy [pan de levadura]; bing [pan plano]; bisciola [pan dulce fermentado]; bocadillos enrollados [pan]; bollos de pan tostados [muffins ingleses]; borodinsky [pan de masa fermentada]; borodinsky [pan de masa madre]; budín de pan; budines de pan; pan, productos de pastelería y confitería.

Clase 35: Servicios de venta mayorista de alimentos; servicios de venta minorista de alimentos.

Clase 39: Entrega de alimentos; entrega de alimentos y bebidas preparadas para el consumo; entrega de alimentos y bebidas preparados para el consumo.

Clase 43: Servicios de alimentos preparados; servicios de preparación de alimentos.

Expediente 15099038 Clase 29: Carne, mariscos y verduras.

Clase 30: Mezclas de especias y salsas; condimentos; azúcar; productos salados de panadería; postres comprendidos en esta clase.

Clase 32: Siropes comprendidos en esta clase.

Clase 35: Servicios de venta minorista.

Expediente 13045477 Clase 29: Carne fresca, carne enlatada; carne congelada, carne ahumada, tal como cerdo, res, carne de búfalo, pollo, pato, cabra, pescado fresco, pescado enlatado, pescado seco, pescado conservado, a saber, sabalote, camarones, calamares, todo tipo de pescado salado, frutas frescas, frutas secas, cocidas y en conserva, frutas enlatadas, a saber, mango, naranja, durazno, manzana, pomelo, coco, maní, maíz, fresas, champiñones, maíz tierno, maíz de grano entero, guayaba, patilla, melón, vegetales, a saber, calabaza, frijoles, papas, tomates, repollo, melocotón, melón amargo, espinaca, leche fresca, leche en polvo, leche con sabor a chocolate, huevos de pollo y pato, gelatinas de frutas, mermeladas de frutas, grasas comestibles, grasas para cocinar, mantequilla, queso, mayonesa, mantequilla de maní, queso de untar, cremas esparcibles (de untar) para sándwich con base de pollo, de atún y de tocineta, embutidos, tocineta, carnes en conserva.

Clase 30: Café, azúcar morena, azúcar refinada, azúcar pulverizada, te, cacao, arroz, arroz negro, tapioca, harina, almidón de maíz, cereales, pan, pasteles, galletas, pastelería, dulces, chocolates, polvo de hornear, vinagre de frutas, vinagre de coco, sal, sal yodada, mostaza, salsa de soya, salsa de tomate, pimienta negra, salsa bbq, salsa para pasa, pasta de tomate, salsa de chile dulce, salsa blanca, salsa de pescado, salsa de ostras, salsas para marinar, sazónador de tamarindo, marinador bbq.

Relación competitiva de productos en la clase 30 internacional (identidad).

Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar 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

Ref. Expediente N° SD2025/0035930

la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos en la clase 30 internacional (identidad), los cuales versan sobre *pan*, *budín de pan* lo que conlleva a que compartan la misma naturaleza y destinación.

Sumado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor mediante los mismos canales publicitarios y de comercialización, persiguiendo idéntica finalidad, hechos que generan mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

Dada la cobertura de los signos enfrentados y en atención a los criterios de conexidad competitiva establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, especialmente a través de la IP 100 de 2018, considera esta Dirección que en el presente caso se configura el criterio de razonabilidad.

“Para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes res criterios sustancias:

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 cereza también expende agua embotellada”.

Relación de productos de la clase 30 internacional:

En concordancia con lo anterior, se encuentra que hay una relación de conexidad en virtud al criterio de razonabilidad entre los productos de la clase 30 identificados por los signos. Lo anterior teniendo en cuenta que es altamente posible que el empresario encargado de la fabricación de *mezclas para la elaboración de productos de panadería; mezclas para la preparación de productos de panadería; preparados para hacer productos de panadería; productos de panadería sin gluten; rellenos de chocolate para productos de panadería; arepa [pan de maíz]; baozi [pancitos rellenos]; baozi [pancitos rellenos al vapor]; barras de pan; bases de empanadas; bialy [pan de levadura]; bisciola [pan dulce fermentado]; bollos de pan tostados [muffins ingleses]; budín de pan; carcent [pan]; concentrados de pan; concentrados en polvo para uso en la panificación; concentrados para el pan; concentrados para uso en la panificación; coulis de frutas [salsas] para panna cotta; empadas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadas de siri [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de bacalhau [empanadillas rellenas de bacalao]; empadinhas de banana [empanadillas de plátano]; empadinhas de camarão [empanadillas rellenas de camarón]; empadinhas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de chocolate [empanadillas de chocolate]; empadinhas de frango [empanadillas rellenas de pollo]; empadinhas de linguiça calabresa [empanadillas rellenas de salchicha]; empadinhas de maçã [empanadillas de manzana]; empadinhas de palmito [empanadillas rellenas de palmito]; empadinhas de queijo [empanadillas rellenas de queso]; empadinhas de salmão [empanadillas rellenas de salmón]; pan*; pan ázimo; pan con soja; pan crocante; pan crujiente seco; pan de caja; pan de gambas; pan de jengibre; pan de lino; pan de malta; pan de molde; pan de pasas; pan de quinoa; pan molido panko; pan naan; pan relleno; panecillos con verduras; panes y bollos; panetón; panetone*, también disponga de una línea de productos paralelos que pertenecen al mismo nicho de productos alimenticios como *bazlama [pan plano]; bhakri [pan plano]; bialy [pan*

Ref. Expediente N° SD2025/0035930

de levadura]; bing [pan plano]; bisciola [pan dulce fermentado]; bocadillos enrollados [pan]; bollos de pan tostados [muffins ingleses]; borodinsky [pan de masa fermentada]; borodinsky [pan de masa madre]; productos de pastelería y confitería, mezclas de especias y salsas; condimentos; azúcar; productos salados de panadería; postres comprendidos en esta clase.

Relación competitiva de productos de la clase 30 y los productos de las clases 29 y 32 internacional:

En concordancia con lo anterior, esta Dirección encuentra relación entre los productos que pretende identificar el signo solicitado en la clase 30 y los productos registrados de las clases 29 y 32, en virtud al principio de razonabilidad, toda vez que los productos pretendidos (Cl. 30) pueden ser ofrecidos por el empresario que fabrica los productos en las clases 29 y 32 de las marcas antecedentes, pues se trata de pertenecientes al mismo sector comercial de alimentos y bebidas. Dicho esto, es posible pensar que éstos pueden ser comercializados de forma conjunta por un mismo empresario que amplía su actividad económica y que distribuye todos los productos bajo un mismo origen empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones.

Relación competitiva de productos de la clase 30 y los servicios de las clases 35 y 39 internacional:

En este caso y dada la dinámica usual del mercado, es factible que el empresario que se dedica a la producción de los productos solicitados en la clase 30, preste al consumidor *servicios de venta mayorista de alimentos; servicios de venta minorista de alimentos* (Cl. 35) y *entrega de alimentos, entrega de alimentos y bebidas preparadas para el consumo, entrega de alimentos y bebidas preparados para el consumo* (Cl. 39) para así poder satisfacer de forma plena las necesidades de los consumidores y que los productos que busca en el mercado llegue a sus manos.

Relación competitiva de productos de la clase 30 y los servicios de la clase 43 internacional:

Se encuentra que hay una relación de conexidad en virtud al criterio de razonabilidad entre los productos identificados por el signo solicitado en la clase 30 y los servicios registrados en la clase 43. Lo anterior teniendo en cuenta que es altamente posible que el empresario encargado de la fabricación de los productos pretendidos, también ofrezca a los consumidores *servicios de alimentos preparados, servicios de preparación de alimentos*.

Finalmente, teniendo en cuenta la similitud de los signos en cotejo y la conexidad competitiva entre los productos y servicios que éstos identifican, es dable afirmar que éstos se comercialicen y publiciten a través de los mismos canales y se pongan al alcance de los consumidores de la misma manera.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0035930

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca AMASITA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por DIEGO CATAÑO ALZATE, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a DIEGO CATAÑO ALZATE, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 14 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **30:** Mezclas para la elaboración de productos de panadería; mezclas para la preparación de productos de panadería; preparados para hacer productos de panadería; productos de panadería sin gluten; rellenos de chocolate para productos de panadería; arepa [pan de maíz]; baozi [pancitos rellenos]; baozi [pancitos rellenos al vapor]; barras de pan; bases de empanadas; bialy [pan de levadura]; bisciola [pan dulce fermentado]; bollos de pan tostados [muffins ingleses]; budín de pan; carcent [pan]; concentrados de pan; concentrados en polvo para uso en la panificación; concentrados para el pan; concentrados para uso en la panificación; coulis de frutas [salsas] para panna cotta; empadas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadas de siri [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de bacalhau [empanadillas rellenas de bacalao]; empadinhas de banana [empanadillas de plátano]; empadinhas de camarão [empanadillas rellenas de camarón]; empadinhas de caranguejo [empanadillas rellenas de cangrejo]; empadinhas de chocolate [empanadillas de chocolate]; empadinhas de frango [empanadillas rellenas de pollo]; empadinhas de linguiça calabresa [empanadillas rellenas de salchicha]; empadinhas de maçã [empanadillas de manzana]; empadinhas de palmito [empanadillas rellenas de palmito]; empadinhas de queijo [empanadillas rellenas de queso]; empadinhas de salmão [empanadillas rellenas de salmón]; pan*; pan ázimo; pan con soja; pan crocante; pan crujiente seco; pan de caja; pan de gambas; pan de jengibre; pan de lino; pan de malta; pan de molde; pan de pasas; pan de quinoa; pan molido panko; pan naan; pan relleno; panecillos con verduras; panes y bollos; panetón; panetone.