



Superintendencia de  
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 106680

Ref. Expediente N° SD2025/0069394

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que por escrito presentado el día 25 de julio de 2025, DISTRIBUCIONES LA PONDEROSA SAS, solicitó el registro de la Marca LA VELEÑITA PREMIUM PREMIA TU FIDELIDAD (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 3, 4, 5, 8, 29, 30, 31 y 34 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, 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

<sup>1</sup> 3: Champú acondicionador; champú para alfombras; champú para bebé; champú para bebés; champús para bebés; champús para el cabello; champús para el cabello a base de cáñamo; champús\*; champús acondicionadores; champús anticaspa; champús capilares; champús de ph neutro; champús en barras; champús a base de buriti; champús en barritas sólidas; champús en seco\*; champús equilibrados de ph; champús no medicados para el cuidado del cuero cabelludo; champús no medicinales; champús no medicinales contra la caspa; champús no medicinales para animales de compañía; champús no medicinales para animales de compañía [preparaciones de aseo, que no sean para uso veterinario]; champús no medicinales para el cuidado del cuero cabelludo; champús para animales de compañía [preparaciones de aseo no medicinales]; champús para animales de compañía [preparaciones higiénicas no medicinales]; champús para animales [preparaciones de aseo no medicinales]; champús para animales [preparaciones higiénicas no medicinales]; champús para animales [preparaciones higiénicas no medicinales]; champús para bebés; champús para coches; champús para el cabello; champús para el cabello humano; champús para el cabello y el cuerpo; champús para el cuidado del cuero cabelludo, no medicados; champús para el cuidado del cuero cabelludo, no medicinales; champús para el cuidado del cuero cabelludo que no sean para uso médico; champús para el lavado de coches y camiones; champús para el lavado de vehículos; champús para mascotas [preparaciones de aseo no medicinales]; champús para mascotas [preparaciones higiénicas no medicinales]; champús y acondicionadores; champús y acondicionadores para animales de compañía [preparaciones de peluquería no medicinales ni veterinarias]; champús y acondicionadores para el cabello; champús 3 en 1; productos de enjuague para el cabello [champús acondicionadores]; productos para lavar perros [champús].

4: Alcohol de quemar; alcohol desnaturalizado; alcohol metílico; alcohol mineral para su uso como un acelerante.

5: Champú para el crecimiento del cabello; champús en seco medicinales; champús medicinales; champús medicinales anticaspa; champús medicinales para animales de compañía; champús pediculicidas.

8: Afiladores manuales de hojas de afeitar; cartuchos con hojas de afeitar; hojas de afeitar; hojas de afeitar de seguridad; neceseres de afeitar compuestos de maquinillas de afeitar, hojas de afeitar y cartuchos para cuchillas de afeitar; recipientes adaptados para hojas de afeitar.

29: Arvejas en conserva; arvejas preparadas; arvejas procesadas; snacks a base de patatas; snacks de frutas confitadas; snacks en los que predominan los frutos secos; snacks a base de papas; caldo de verduras granulado; caldos de verduras granulados; chips a base de verduras; chips a base de verduras y hortalizas; chips de verduras; chips de verduras y hortalizas; conservas congeladas de verduras; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, secas y cocidas; frutas, verduras, hortalizas y legumbres cocidas; frutas, verduras, hortalizas y legumbres en lata; frutas, verduras, hortalizas y legumbres secas; frutas y verduras congeladas; frutas y verduras congeladas, en conserva, secas y cocidas; frutas y verduras en conserva, congeladas, secas y cocidas; frutas y verduras, hortalizas y legumbres congeladas, en conserva, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas, pastas para untar a base de frutas y verduras, hortalizas y legumbres; jaleas, confituras, compotas y pastas para untar a base de frutas y verduras, hortalizas y legumbres; jaleas, confituras, compotas y pastas para untar de frutas y verduras; jaleas de verduras y hortalizas; jaleas, mermeladas, compotas, frutas y verduras para untar; jaleas, mermeladas, compotas, pastas para untar a base de frutas y verduras, hortalizas y legumbres; productos de aperitivo a base de verduras; frutas de nuez moscada escarchadas; frutas en almíbar; frutas en conserva; frutas en lata o envasadas; frutas en rodajas enlatadas; frutas en rodajas envasadas; frutas en rodajas envasadas en frascos; frutas en tarro; frutas encurtidas; frutas envasadas; frutas preparadas.

30: Arroz enriquecido; arroz glutinoso; arroz hinchado; arroz inflado; arroz instantáneo; arroz integral; arroz pegajoso; panela [azúcar moreno en forma de pequeño ladrillo]; preparaciones a base de cereales; preparados a base de cereales; productos a base de cereales sin gluten; productos alimenticios elaborados principalmente a partir de cereales; productos alimenticios en los que predominan los cereales; snacks a base de cereales; snacks a base de arroz; snacks a base de harina; snacks a base de maíz; snacks de maíz inflado; snacks de maíz inflado con sabor a queso; snacks de maíz inflado [snacks de maíz inflado con sabor a queso]; snacks de pan crocante; snacks de pan crujiente; bolitas de queso inflado [snacks de maíz]; ganchitos de queso inflado [snacks de maíz].

31: Frijoles frescos; arvejas frescas; cereales procesados para consumo por animales; cereales procesados para la alimentación animal; granos [cereales]; granos de cereales para aves de corral.

34: Encendedores de cigarrillos; encendedores de cigarros; encendedores de queroseno para fumadores.



Ref. Expediente N° SD2025/0069394

artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

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

### Causales de irregistrabilidad en estudio

#### Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

#### Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un 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>.

<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

Ref. Expediente N° SD2025/0069394

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

| Tipo  | Signo       | Titular                | Expediente | Niza | Clase | Trámite | Vigencia     |
|-------|-------------|------------------------|------------|------|-------|---------|--------------|
| Mixta | LA VELEÑITA | CARNES LA VELEÑITA SAS | 10073252   | 9    | 29    | Marca   | 30 may. 2031 |
| Mixta | LA VELEÑITA | CARNES LA VELEÑITA SAS | 08108708   | 9    | 35    | Marca   | 28 ene. 2030 |

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                                 | La marcas registradas                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

(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° SD2025/0069394

## Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, con respecto a la comparación entre marcas mixtas, 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

Del cotejo marcario se observa que los signos enfrentados son idénticos desde el punto de vista denominativo, pues coinciden plenamente en su expresión verbal “LA VELEÑITA”, sin variaciones ortográficas, fonéticas ni conceptuales. En consecuencia, la coincidencia absoluta del signo genera identidad visual, auditiva y conceptual.

Al tratarse de signos idénticos, el análisis de confundibilidad se intensifica, toda vez que el consumidor medio no cuenta con elementos diferenciadores que le permitan distinguir el origen empresarial de los productos o servicios amparados. En este escenario, el riesgo de confusión directa resulta evidente, ya que el consumidor podría creer que los productos identificados con el signo solicitado provienen del mismo empresario que aquellos amparados por el signo previamente solicitado/registrado.

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 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<sup>4</sup>.

<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 (dentrífico) 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° SD2025/0069394

### Conexión competitiva

Dentro de los productos a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

**29:** Arvejas en conserva; arvejas preparadas; arvejas procesadas; snacks a base de patatas; snacks de frutas confitadas; snacks en los que predominan los frutos secos; snacks a base de papas; caldo de verduras granulado; caldos de verduras granulados; chips a base de verduras; chips a base de verduras y hortalizas; chips de verduras; chips de verduras y hortalizas; conservas congeladas de verduras; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, secas y cocidas; frutas, verduras, hortalizas y legumbres cocidas; frutas, verduras, hortalizas y legumbres en lata; frutas, verduras, hortalizas y legumbres secas; frutas y verduras congeladas; frutas y verduras congeladas, en conserva, secas y cocidas; frutas y verduras en conserva, congeladas, secas y cocidas; frutas y verduras, hortalizas y legumbres congeladas, en conserva, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas, pastas para untar a base de frutas y verduras, hortalizas y legumbres; jaleas, confituras, compotas y pastas para untar a base de frutas y verduras, hortalizas y legumbres; jaleas, confituras, compotas y pastas para untar de frutas y verduras; jaleas de verduras y hortalizas; jaleas, mermeladas, compotas, frutas y verduras para untar; jaleas, mermeladas, compotas, pastas para untar a base de frutas y verduras, hortalizas y legumbres; productos de aperitivo a base de verduras; frutas de nuez moscada escarchadas; frutas en almíbar; frutas en conserva; frutas en lata o envasadas; frutas en rodajas enlatadas; frutas en rodajas envasadas; frutas en rodajas envasadas en frascos; frutas en tarro; frutas encurtidas; frutas envasadas; frutas preparadas.

**30:** Arroz enriquecido; arroz glutinoso; arroz hinchado; arroz inflado; arroz instantáneo; arroz integral; arroz pegajoso; panela [azúcar moreno en forma de pequeño ladrillo]; preparaciones a base de cereales; preparados a base de cereales; productos a base de cereales sin gluten; productos alimenticios elaborados principalmente a partir de cereales; productos alimenticios en los que predominan los cereales; snacks a base de cereales; snacks a base de arroz; snacks a base de harina; snacks a base de maíz; snacks de maíz inflado; snacks de maíz inflado con sabor a queso; snacks de maíz inflado [snacks de maíz inflado con sabor a queso]; snacks de pan crocante; snacks de pan crujiente; bolitas de queso inflado [snacks de maíz]; ganchitos de queso inflado [snacks de maíz].

**31:** Frijoles frescos; arvejas frescas; cereales procesados para consumo por animales; cereales procesados para la alimentación animal; granos [cereales]; granos de cereales para aves de corral.

Los signos previamente registrados identifican:

### Expediente No. 10073252.

**29:** carnes blancas y rojas, pescado, aves y caza; extractos de carne, carnes frías y embutidos; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

### Expediente no. 08108708.

**35:** gestión de negocios comerciales, en especial la compra, venta, comercialización, distribución, importación y exportación de todo tipo de carnes blancas y rojas, comercio de alimentos precocidos y comercio de productos lácteos, extractos de carne, café, te, cacao, arroz, tapioca, sagú. Sustitutos del café, harinas y preparaciones hechas de cereales, levaduras, polvo para esponjar, sal, mostaza, vinagre.

Ref. Expediente N° SD2025/0069394

**Conexidad, en virtud de la identidad, entre los productos de la clase 29 objeto de comparación.**

Esta Dirección encuentra que existe identidad entre los productos que el signo objeto de registro pretende identificar y los que la marca previamente registrada ya reivindica. En ese sentido, no deviene necesario realizar un examen de conexidad competitiva entre las coberturas relacionadas por ambos signos, pues el riesgo de confusión se desprende de la identidad que existe entre los productos comparados. En este caso, ambos signos incluyen dentro de su cobertura las jealeas de la clase 29 internacional.

**Conexidad, en virtud del criterio de razonabilidad, entre los productos de las clases 30 y 31 y los productos de la clase 29.**

Al analizar los productos comprendidos en la clase 30, relativos a productos alimenticios elaborados a partir de cereales, y en la clase 31, correspondientes a granos (cereales), frente a los productos amparados en la clase 29, esto es, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles, esta Dirección advierte la existencia de conexidad competitiva, razón por la cual resulta pertinente aplicar el criterio de razonabilidad para sustentar la negativa del registro solicitado.

El criterio de razonabilidad permite concluir que existe conexidad competitiva cuando, atendiendo a las condiciones reales del mercado y a la percepción del consumidor medio, resulta plausible que los productos en conflicto sean atribuidos a un mismo origen empresarial. Dicho criterio se apoya en la experiencia ordinaria del consumidor, en las prácticas comerciales habituales y en la forma en que los productos son ofrecidos, distribuidos y posicionados en el mercado, sin exigir que sean idénticos o sustitutos entre sí.

En lo que respecta a la clase 30, los productos alimenticios elaborados a partir de cereales presentan una relación estrecha con los productos de la clase 29, tales como leche y productos lácteos, compotas, aceites y grasas comestibles, en tanto todos integran la categoría de alimentos de consumo frecuente. Desde la perspectiva del consumidor, resulta razonable considerar que un mismo empresario comercialice cereales procesados junto con lácteos, compotas u aceites, dado que estos productos suelen destinarse a ocasiones de consumo similares —como el desayuno o la alimentación cotidiana— y se encuentran comúnmente asociados dentro de una misma oferta comercial. En tal contexto, el uso de un signo idéntico podría llevar al consumidor a atribuirles un origen empresarial común.

De igual forma, frente a la clase 31, los granos (cereales) guardan una relación razonable con los productos de la clase 29, por cuanto constituyen insumos básicos de la cadena alimentaria y se vinculan directamente con la elaboración y el consumo de alimentos como los lácteos, compotas y aceites. Para el consumidor medio no resulta inusual que una misma empresa ofrezca tanto productos alimenticios procesados como materias primas de origen agrícola, especialmente cuando estos se destinan al consumo humano. Esta circunstancia refuerza la percepción de un posible origen empresarial común al identificar tales productos con el mismo signo distintivo.

Como elementos auxiliares, se observa que los productos analizados comparten canales de comercialización similares, tales como supermercados, tiendas de alimentos y grandes superficies, se dirigen al mismo público consumidor y persiguen una finalidad alimentaria común. Asimismo, su coexistencia en los mismos puntos de venta incrementa la probabilidad de que el consumidor asuma razonablemente que provienen de un mismo

Ref. Expediente N° SD2025/0069394

empresario, configurándose así la conexidad competitiva que sustenta la negativa del registro solicitado.

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.

No obstante, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a las clases 3, 4, 5, 8, 34 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de las clases restantes, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

*“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.*

*La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)*”

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

## RESUELVE

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca LA VELEÑITA PREMIUM PREMIA TU FIDELIDAD (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por DISTRIBUCIONES LA PONDEROSA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Negar el registro de la Marca LA VELEÑITA PREMIUM PREMIA TU FIDELIDAD (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por DISTRIBUCIONES LA PONDEROSA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO TERCERO:** Negar el registro de la Marca LA VELEÑITA PREMIUM PREMIA TU FIDELIDAD (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por DISTRIBUCIONES LA PONDEROSA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO CUARTO:** Notificar de esta resolución a DISTRIBUCIONES LA PONDEROSA SAS, 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 QUINTO:** En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Resolución N° 106680

Ref. Expediente N° SD2025/0069394

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 15 de diciembre de 2025



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