

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 882

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

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 13 de agosto de 2025, Yineth Cilena Plata Arrieta, solicitó el registro de la Marca **ZONA E ASOCIACIÓN DE GUAJIROS EMPRENDEDORES** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

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 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.

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

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 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
Nominativa	ZONA E	ZONA E WEDDING AND EVENTS LLC	SD2022/0089422	11	20, 21, 25, 35, 36, 41, 42, 43	Marca	Registrada	24/12/2034
Mixta	ZONA E KITCHEN	ZONA E WEDDING AND EVENTS LLC	SD2021/0043119	11	35, 43	Marca	Registrada	03/03/2032

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 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° SD2025/0079247

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 ZONA E (Nominativa)

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado sobre las marcas mixtas 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”.

Por otra parte, en el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado sobre el análisis entre signos denominativos y mixtos que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad



Ref. Expediente N° SD2025/0079247

propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado **ZONA E ASOCIACIÓN DE GUAJIROS EMPRENDEDORES** y los signos registrados **ZONA E / ZONA E KITCHEN** son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitante reproduce la parte relevante de los signos antecedentes.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo del signo solicitado **ZONA E ASOCIACIÓN DE GUAJIROS EMPRENDEDORES** incluye parcialmente a los signos registrados, esto es, la expresión **ZONA E**, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos nominativos y gráficos que hacen parte del signo solicitante, suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

Por lo tanto, el consumidor al encontrarse frente al signo solicitado podrá considerar que se trata de una modificación o innovación de los signos antecedentes y por ende que proceden del mismo origen empresarial.

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente No. SD2022/0089422

Clase 20: Muebles y mobiliario; Apliques murales decorativos [mobiliario] que no sean de materias textiles; Tabiques [mobiliario]; Mobiliario doméstico; Escolar (Mobiliario -); Mobiliario escolar; Mobiliario hinchable; Carritos [mobiliario]; Taquillas [mobiliario]; Estanterías modulares [mobiliario]; Pedestales móviles [mobiliario]; Mobiliario convertible tapizado; Armarios insonorizados [mobiliario]; Pantallas móviles [mobiliario]; Tabiques móviles [mobiliario]; Mobiliario de cristal; Mobiliario de tienda; Mobiliario de informática; Escritorios portátiles [mobiliario]; Mobiliario de cocina; Expositores móviles [mobiliario]; Mobiliario metálico y mobiliario para camping; Mobiliario de camping; Mobiliario de cuero; Mobiliario para vivariums; Escritorios modulares [mobiliario]; Armarios de mobiliario; Mobiliario de oficina; Armarios metálicos [mobiliario]; Estantes metálicos [mobiliario]; Mobiliario para guarderías; Mobiliario para bebés; Mobiliario para niños; Piezas de mobiliario; Mobiliario (Piezas de -); Mobiliario para saunas; Estanterías para consignas [mobiliario]; Bandejas para botas [mobiliario]; Mobiliario de esquina [muebles]; Estantes [mobiliario] para barriles; Cajas con cerradura [mobiliario]; Mesas de dibujo [mobiliario]; Módulos de almacenaje [mobiliario]; Mostradores de venta [mobiliario]; Soportes para llaves [mobiliario]; Pantallas de chimenea [mobiliario]; Tabiques metálicos movibles [mobiliario]; Armarios para discos [mobiliario]; Unidades de pedestales [mobiliario]; Armarios de llaves [mobiliario]; Contenedores de patata [mobiliario]; Estantes para vino [mobiliario]; Mobiliario de jardín metálico; Archivadores para cartas [mobiliario]; Módulos de baño [mobiliario]; Soportes de altavoces [mobiliario]; Soportes para impresoras [mobiliario]; Mobiliario metálico de oficina; Soportes [mobiliario (piezas de -)]; Bancos de aserrar [mobiliario]; Unidades de almacenaje [mobiliario]; Armarios de cocina [mobiliario]; Módulos de metal seccionados [mobiliario]; Mobiliario (piezas de -) [muebles]; Atriles de múltiples posiciones [mobiliario]; Mamparas portátiles [mobiliario (piezas de -)]; Estantes colgantes para almacenaje [mobiliario]; Estantes de almacenaje móviles [mobiliario]; Soportes telefónicos [mobiliario (piezas de -)]; Mobiliario de cuarto de baño; Asientos altos [mobiliario (piezas de -)]; Accesorios metálicos de exposición [mobiliario]; Ficheros para guardar revistas [mobiliario]; Expositores portátiles de ventas [mobiliario]; Superficies portátiles de trabajo [mobiliario]; Pantallas [mobiliario] para fines visuales; Módulos no metálicos seccionados [mobiliario]; Mobiliario de plástico para jardín; Soportes rotatorios [mobiliario (piezas de -)]; Soportes giratorios [mobiliario (piezas de -)]; Ganchos no

(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° SD2025/0079247

metálicos para mobiliario; Cajones de almacenamiento [mobiliario (piezas de -)]; Estantes de pared no metálicos [mobiliario]; Armarios metálicos ignífugos [mobiliario (piezas de -)]; Mobiliario de jardín fabricado de madera; Piezas de mobiliario de pared metálicas; Soportes para folletos [mobiliario (piezas de -)]; Estanterías de almacenaje reubicables metálicas [mobiliario]; Piezas fijas de mobiliario de cocina; Estantes de almacenaje no metálicos [mobiliario]; Tabiques no metálicos [mobiliario (piezas de -)]; Pantallas de visualización [mobiliario (piezas de -)]; Biombos de pared [mobiliario] para oficinas; Armarios ignífugos [mobiliario (piezas de -)] no metálicos; Módulos de pedestal para el almacenamiento [mobiliario]; Estantes hechos de materiales no metálicos [mobiliario]; Estanterías hechas de metal [mobiliario (piezas de -)]; Estanterías de almacenaje reubicables no metálicas [mobiliario]; Soportes para materiales de exposición [mobiliario (piezas de -)]; Piezas de madera [mobiliario] para cubrir aparatos eléctricos; Estanterías del no metálicos materias [mobiliario (piezas de -)]; Marcos de estanterías, no metálicos [mobiliario (piezas de -)]; Superficies para depositar objetos en vehículos [mobiliario (piezas de -)]; Unidades [mobiliario (piezas de -)] para la presentación visual de literatura; Tabiques (no metálicos), [mobiliario], hechos del interbloqueo de paneles; Estantes [mobiliario] hechos principalmente de materias plásticas para fines de almacenaje; Conjuntos de piezas (vendidos completos) para su montaje en artículos de mobiliario; Barreras de seguridad no metálicas para bebés, niños y animales de compañía [mobiliario]; Pantallas [mobiliario (piezas de -)] para su uso como separadores de espacios en oficinas; Unidades [mobiliario (piezas de -)] para la presentación visual de artículos de papelería; Obras de arte de escayola; Obras de arte de madera; Obras de arte de cera; Objetos de arte de ámbar; Objetos de arte de bambú; Arte mural tridimensional de madera; Obras de arte de paja; Obras de arte de corcho; Obras de arte de heno; Vidrio para enmarcar obras de arte; Obras de arte de cáscara de nuez; Objetos de arte de materia plástica; Objetos de arte de ámbar prensado; Arte (Obras de -) de madera, cera, yeso o materias plásticas; Obras de arte de madera, cera, yeso o materias plásticas; Argamasa (Artesas no metálicas para -); Artesas no metálicas para argamasa; Artesas para argamasa no metálicas; Estanterías para obras de arte; Marcos de cuero; Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.

Clase 21: Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; m; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería, porcelana y loza; Obras de arte de loza; Piezas de arte de loza; Obras de arte de vidrio; Objetos de arte de cristalería; Obras de arte de cristal; Objetos de arte de porcelana; Objetos tridimensionales de arte mural de porcelana; Obras de arte mural tridimensional de vidrio; Objetos tridimensionales de arte mural de cerámica; Objetos tridimensionales de arte mural de terracota; Arte (Objetos de -) de porcelana, terracota o cristal; Obras de arte mural en 3D de loza; Piezas de arte, de porcelana, barro cocido o cristal; Obras de arte de porcelana, cerámica, loza, terracota o vidrio; Objetos de arte de porcelana, cerámica, loza, barro cocido o cristal; Objetos de arte de porcelana, cerámica, loza, barro cocido o vidrio; Vajilla; Fuentes [vajilla]; Mantequeras [vajilla]; Posavasos (vajilla); Vajilla de porcelana; Vajilla de picnic; Vajilla de cerámica; Vajilla de vidrio; Vajillas de porcelana; Bayetas de cocina para la vajilla; Cepillos para lavar la vajilla; Vajilla para servir bebidas; Servicios de mesa [vajilla]; Vajilla hueca de cerámica; Servicios de té [vajilla]; Secadores de vajilla [escurreplatos]; Servicios de café [vajilla];

Resolución N° 882

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

Picnic (Cestas de -) con vajilla; Vajilla del horno a la mesa; Cestas de picnic con vajilla; Vajilla, excepto tenedores, cuchillos y cucharas; Vajilla, excepto cuchillos, tenedores y cucharas; Mangos de materiales plásticos para piezas huecas de vajillas; Servicios de café [vajilla] que no sean de metales preciosos; Utensilios de cocina y vajilla, excepto tenedores, cuchillos y cucharas.

Clase 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; es 25: Ropa; Ropa prenatal; Ropa exterior; Chubasqueros [ropa]; Ropa polar; Pañuelos [ropa]; Tops [ropa]; Ropa impermeable; Ropa informal; Capuchas [ropa]; Cuellos vueltos [ropa]; Ropa de hombre; Ropa de maternidad; Ropa de embarazo; Ropa de embarazada; Prendas inferiores [ropa]; Ropa de papel; Ropa para correr; Monos cortos [ropa]; Ropa de esquí; Playa (Ropa de -); Ropa de playa; Ropa para chico; Ropa para ciclistas; Ropa para ciclismo; Ciclistas (Ropa para -); Ropa para pescadores; Ropa para automovilistas; Manípulos [ropa litúrgica]; Ropa de mujer; Ropa de seda; Ropa de triatlón; Ropa de etiqueta; Ropa de cachemira; Ropa de baile; Ropa de surf; Ropa de felpa; Ropa de niña; Ropa de trabajo; Ropa de lana; Ropa de gimnasia; Ropa de confección; Ropa de cuero; Ropa de polipiel; Ropa de bebé; Ropa de deporte; Ropa de lluvia; Pañales-bragas (ropa); Ropa de látex; Ropa con aislamiento térmico; Ropa exterior de señora; Ropa para artes marciales; Conjuntos de footing [ropa]; Ropa para la playa; Ropa blanca de chefs; Ropa exterior para niñas; Suéteres sin mangas [ropa]; Ropa de patinaje artístico; Sujetadores bandeau [ropa interior]; Ropa de protección solar; Ropa exterior para bebés; Ropa exterior de niño; Ropa para hacer ejercicio; Géneros de punto [ropa]; Ropa exterior de caballero; Ropa para exteriores impermeable; Ropa para damas de honor; Trajes de tres piezas [ropa]; Ropa de exterior para chicos; Canastillas de ropa para bebés; Ropa de agua para navegar; Ropa para estar en casa; Prendas de tela vaquera [ropa]; Ropa resistente a la intemperie; Ropa de cuero de imitación; Cuero de imitación (Ropa de -); Ropa interior y de noche; Juegos de top y culote [ropa]; Ropa resistente a condiciones climáticas externas; Cinturones de cuero [complementos de ropa]; Prendas de protección para la ropa; Ropa de hípica [excepto cascos de jinete]; Ropa de golf, que no sean guantes; Ropa de deporte [exceptuando los guantes de golf]; Ropa de bebé para la parte inferior del cuerpo; Ropa de bebé para la parte superior del cuerpo; Viseras [ropa]; Cubiertas faciales [ropa], no con fines médicos o sanitarios; Mitras [ropa litúrgica]; Escudetes para ropa interior [partes de prendas de vestir]; Ropa con LED incorporado; Ajuares de ropa para bebés; Ropa de deporte con sensores digitales integrados; Mascarillas [ropa] para cubrir la cara que no sean para uso médico ni higiénico; Pantalones de cuero; Abrigos de cuero; Chaquetas de cuero; Cinturones de cuero; Chalecos de cuero; Zapatillas de cuero; Zapatos de cuero; Vestidos de cuero; Artículos de sombrerería en cuero; Trajes de cuero; Prendas de vestir de cuero; Prendas de vestir de cuero para motoristas; Vestidos de cuero de imitación; Guantes incluyendo los de piel, pellejo o cuero; Zapatillas hechas de cuero; Sandalias de estilo japonés de cuero.

Clase 35: Servicios de venta al por mayor de mobiliario; Organización y dirección de exposiciones de arte con fines comerciales o publicitarios; Servicios de venta minorista de obras de arte suministradas por galerías de arte; Servicios de venta al por mayor de material para arte; Servicios de venta al por mayor de obras de arte; Servicios de venta al por menor de material para arte; Servicios de venta al por menor de obras de arte; Organización de ferias comerciales; Realización de ferias comerciales; Servicios de ferias y exhibiciones comerciales; Servicios de gestión de ferias comerciales; Promoción de

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

ferias con fines comerciales; Servicios de exposiciones y ferias comerciales; Organización de ferias comerciales con fines publicitarios; Organización y realización de ferias de empleo; Ferias (organización de) para fines comerciales o publicitarios; Celebración de ferias de exposiciones virtuales en línea; Organización y celebración de ferias de empresas; Organización y celebración de ferias de contratación; Servicios de venta al por menor de ropa; Servicios de venta al por mayor relacionados con ropa; Servicios de venta al por menor relacionados con ropa; Servicios de venta al por menor en el ámbito de la ropa; Análisis de mercados inmobiliarios; Servicios publicitarios relativos a bienes inmuebles; Publicidad de bienes inmuebles comerciales o residenciales; Servicios de venta al por mayor de vajillas; Servicios de venta al por menor de vajillas; Marketing mediante eventos; organización de eventos, exposiciones, ferias y espectáculos con fines comerciales, de promoción y publicitarios; organización de exposiciones y eventos con fines comerciales o publicitarios; organización y celebración de ferias, eventos y exposiciones con fines comerciales o publicitarios; Administración comercial.

Clase 36: Negocios inmobiliarios; Negocios inmobiliarios; Asesoramiento en negocios inmobiliarios; Servicios de préstamos inmobiliarios; Administración de bienes inmobiliarios; Servicios de asuntos inmobiliarios; Servicios de cierre inmobiliarios [servicios financieros]; Suministro de información sobre negocios inmobiliarios por Internet; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios; Suministro de información relacionada con el mercado de propiedades [servicios inmobiliarios]; Facilitación de catálogos inmobiliarios para el alquiler de viviendas; Facilitación de listas de anuncios inmobiliarios para el alquiler de apartamentos y viviendas; Administración de inmuebles; Gestión de inmuebles; Sindicación de bienes inmuebles; Corretaje de bienes inmuebles; Bienes inmuebles (Corretaje de -); Multipropiedad de bienes inmuebles; Gestión de bienes inmuebles; Inmuebles (Administración de bienes -); Bienes inmuebles (Administración de -); Administración de bienes inmuebles; Gestión de propiedades (bienes inmuebles); Servicios fiduciarios de bienes inmuebles; Servicios de adquisición de bienes inmuebles; Gestión de bienes inmuebles y propiedades; Servicios de multipropiedad de bienes inmuebles; Servicios de consultoría relacionados con inmuebles; Adquisición de bienes inmuebles para terceros; Servicios de administración de bienes inmuebles; Servicios de administradores de bienes inmuebles; Servicios de consultoría en bienes inmuebles; Alquiler de propiedades y bienes inmuebles; Organización de la copropiedad de bienes inmuebles; Facilitación de información relacionada con bienes inmuebles; Servicios de agencia de bienes inmuebles residenciales; Servicios de correduría financiera para bienes inmuebles; Servicios de consultas sobre propiedades (bienes inmuebles); Asistencia en la adquisición de bienes inmuebles; Facilitación de información relacionada con propiedades [bienes inmuebles]; Servicios de información informatizada relacionados con bienes inmuebles; Consultas en materia de compra de bienes inmuebles; Servicios de agencia inmobiliaria de bienes inmuebles comerciales; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con urbanizaciones; Servicios de gestión inmobiliaria relacionados con transacciones de bienes inmuebles; Selección y adquisición de bienes inmuebles [en nombre de terceros]; Servicios de investigación relacionados con la adquisición de bienes inmuebles; Servicios de asesoramiento relacionados con la propiedad de bienes inmuebles; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con instalaciones industriales; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios comerciales; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con comercios minoristas; Servicios

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios residenciales; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros y locales de entretenimiento; Asistencia en la adquisición y los intereses financieros relacionados con bienes inmuebles; Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas; Arrendamiento de bienes inmuebles; Alquiler de bienes inmuebles; Bienes inmuebles (Arrendamiento de -); Alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; Organización de alquileres de bienes inmuebles; Organización de arrendamiento de bienes inmuebles; Arrendamiento para la gestión de inmuebles; Alquiler con derecho a compra de bienes inmuebles; Alquiler de bienes inmuebles (Elaboración de contratos de -); Contratos de alquiler de bienes inmuebles (Elaboración de -); Elaboración de contratos de alquiler de bienes inmuebles; Servicios de cesión del arrendamiento de bienes inmuebles; Preparación de contratos de arrendamiento financiero y de alquiler de inmuebles; Servicios de agencias para el alquiler con derecho a compra de bienes inmuebles; Servicios de listado de bienes inmuebles para el alquiler de apartamentos y viviendas; Servicios de renovación de arrendamiento de bienes inmuebles; Alquiler de oficinas; Alquiler de pisos y oficinas; Alquiler de oficinas para el cotrabajo.

Clase 41: Servicios de entretenimiento; Celebraciones de bodas (organización de entretenimiento); Fotografía aérea; Fotografía de boda; Producción de audio, video y fotografía; Producción de filmes (películas); Producción de cintas de vídeo; Producción de entretenimiento de audio.

Clase 42: Diseño de mobiliario; Servicios de diseño de mobiliario; Diseño de mobiliario de tiendas; Diseño de sistemas de mobiliario de tiendas; Servicios de información relacionados con la combinación de colores, pinturas y mobiliario para diseño de exteriores; Servicios de información relacionados con la combinación de colores, pinturas y mobiliario para diseño de interiores; Servicios de información relacionados con la armonización de colores, pinturas y mobiliario para diseño de interiores; Diseño de stands para ferias; Diseño de ropa; Diseño de artículos de ropa; Servicios de diseño de ropa; Diseño para terceros en materia de ropa; Servicios de diseño relacionados con bienes inmobiliarios; Diseño de oficinas; Servicios de diseño de oficinas; Planificación y diseño de oficinas; Diseño de espacio de oficinas; Planificación [diseño] de torres de oficinas con múltiples pisos; Servicios de planificación y diseño de oficinas; Servicios de arquitectura para el diseño de instalaciones de oficinas; Servicios de diseño relativos a la decoración de interiores para oficinas; Consultoría sobre diseño; Estilo (diseño); Diseño visual; Diseño de oficinas; Estilismo [diseño industrial]; Moda (Diseño de -); Diseño de moda; Diseño de casas; Diseño de muebles; Diseño de mobiliario; Diseño industrial artístico; Diseño de interiores; Diseño de tiendas; Diseño artístico comercial; Diseño de iluminación paisajística; Diseño de interiores comerciales; Diseño de estructuras ornamentales; Diseño de iluminación escénica; Planificación de restaurantes [diseño]; Planificación para el diseño; Servicios de diseño comercial; Servicios de diseño arquitectónico; Servicios de diseño de textiles; Consultoría en materia de diseño; Servicios de consultoría de diseño; Diseño de stands de exposición; Diseño de stands para ferias; Servicios de diseño de casas; Diseño de artículos de ropa; Diseño de trabajos audiovisuales creativos; Servicios de diseño de mobiliario; Diseño de interiores de tiendas; Diseño de mobiliario de tiendas; Diseño de tendencias de moda; Diseño de accesorios de vestir; Diseño de interiores de edificios; Servicios de diseño para exposiciones; Servicio de diseño para exposiciones;

Resolución N° 882

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

Diseño arquitectónico para decoración de exteriores; Diseño arquitectónico para decoración de interiores; Diseño industrial y de artes gráficas; Servicios de diseño de interiores de edificios; Servicios de consultoría relacionados con el diseño; Servicios de consultoría en materia de diseño; Servicios de diseño de interiores para boutiques; Diseño y planificación del espacio de interiores; Servicios de diseño de interiores y exteriores; Servicios de diseño de interiores de comercios; Consultoría profesional relacionada con el diseño de interiores; Servicios de consultoría relacionados con el diseño de interiores; Servicios de asesoramiento relacionados con el diseño de interiores; Diseño para terceros en materia de prendas de vestir; Servicios de consultas de diseño de instalación de tiendas; Servicios de diseño de muebles para el interior de edificios; Servicios de información relacionados con la armonización de colores, pinturas y mobiliario para diseño de interiores; Servicios de información relacionados con la combinación de colores, pinturas y mobiliario para diseño de exteriores; Servicios de información relacionados con la combinación de colores, pinturas y mobiliario para diseño de interiores.

Clase 43: Servicios de restauración (alimentación); Servicios de restauración [alimentación]; Restauración [comidas]; Servicios de clubs para restauración (alimentación); Servicios de restauración prestados por hoteles; Servicios de restauración [alimentos y bebidas]; Alojamiento y restauración corporativa (provisión de comida y bebida); Servicios de restauración de ramen (sopa japonesa con fideos); Servicios de hostelería y restauración; Alquiler de cafeteras; Facilitación de información sobre la gestión de bares y cafeterías; Servicios de cafés; Servicios de cafetería; Servicios de cafeterías; Servicios de cafés-restaurantes; Servicios de salones de café; Servicios de salón de café; Catering en cafeterías de comida rápida; Servicios de suministro de café para oficinas [suministro de bebidas]; Servicios de catering especializados en el corte de jamón a cuchillo para bodas y eventos privados; Facilitación de instalaciones para ferias comerciales [alojamiento]; Suministro de instalaciones para ferias y exposiciones; Alquiler de vajillas.

Expediente No. SD2021/0043119

Clase 35: Administración de negocios comerciales; gestión de negocios comerciales; gestión comercial de tiendas mayoristas y minoristas; gestión empresarial de restaurantes.

Clase 43: Servicios de bares y restaurantes; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars].

Conexidad competitiva entre productos de la clase 29 y servicios de la clase 43

De acuerdo con el criterio de razonabilidad existe conexidad competitiva si, teniendo en cuenta la realidad del mercado, para el consumidor es razonable considerar que los productos o servicios en conflicto provienen del mismo empresario.

En concordancia con lo anterior, teniendo en cuenta la dinámica usual del mercado es común encontrar que, un mismo empresario se encargue tanto de la producción en determinada industria como de ofrecer determinados servicios que guarden una relación

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

entre sí, se comercialicen y publiciten a través de los mismos canales y se pongan al alcance de los consumidores de la misma manera.

Así pues, dada la cobertura de los signos enfrentados esta Dirección encuentra que, conforme al comportamiento habitual del mercado, no es extraño encontrar que un empresario dedicado a la industria de “*Servicios de restauración (alimentación)*” (Clase 43), decida ampliar su esquema de negocio incursionando en la fabricación de nuevos productos afines como: “*Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.*” (Clase 29).

Lo anterior debido a que es razonable que el consumidor suponga que los productos comestibles identificados bajo una determinada marca podrían tener origen en, o estar directamente asociados con, un establecimiento de servicios de comida que use la misma marca o una similar.

De manera que, el consumidor razonablemente entenderá que los signos confrontados comparten el mismo origen empresarial sin que ello se compase con la realidad. En efecto, la carne, las frutas, las verduras, los productos lácteos y los servicios de restauración pueden compartir los mismos canales de comercialización, promoción y publicidad, configurando así una mayor conexidad competitiva, siendo normal encontrar en el mercado establecimientos donde se comercialicen estos tipos de productos y servicios, generando con esto la equivocada noción de que se trata de productos y servicios que provienen de un mismo empresario o que el signo que se pretende registrar constituye una innovación de la marca ya registrada.

Configurándose riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

“(...) El riesgo de confusión, puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”

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.

Resolución N° 882

Ref. Expediente N° SD2025/0079247

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **ZONA E ASOCIACIÓN DE GUAJIROS EMPRENDEDORES** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Yineth Cilena Plata Arrieta, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a yineth cilena plata arrieta, 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 5 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

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