

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 2212

Ref. Expediente N° SD2025/0046334

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 23 de mayo de 2025, KAREN JULIETH RAMÍREZ MONTOYA, solicitó el registro de la Marca CRUNCHY MUNCH (Mixta) para distinguir productos y/o servicios comprendidos en las clases 21 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1071, 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 irreregistrabilidad 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 irreregistrabilidad 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

¹ 21: Cajas para galletas; tarros para galletas.

30: Cestas de regalo que contienen chocolates, productos de confitería y galletas; galletas*; galletas con pepitas de chocolate; galletas de cereales; galletas de chocolate; galletas de dulces de mantequilla glaseadas con limón; galletas de dulces de mantequilla recubiertas de chocolate; galletas de dulces de mantequilla sin gluten; galletas de mantequilla; galletas de pastelería para hornear; galletas dulces; galletas recubiertas de chocolate; galletas rellenas; galletas rellenas de almendras; galletas rellenas de chocolate; galletas rellenas de crema de cacao y avellanas; galletas rellenas de crema de coco; galletas rellenas de crema de vainilla; galletas saladas; galletas vegetarianas; masa de galletas congelada; masa para galletas; masa para galletas congelada.

Ref. Expediente N° SD2025/0046334

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 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	MUNCH	Mars, Incorporated	9216602230	7	30	Marca	Registrada	25 feb. 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2025/0046334

El signo solicitado	La marca registrada
	MUNCH

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado 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 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 los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, sin que los elementos adicionales que incorpora resulten suficientes para otorgarle distintividad. Desde este enfoque, el signo CRUNCHY MUNCH (solicitado) contiene de manera íntegra el término “MUNCH”, que constituye el núcleo distintivo y de



Ref. Expediente N° SD2025/0046334

mayor recordación de la marca registrada MUNCH, manteniendo la misma secuencia de letras, acentuación y estructura sonora, lo que genera una impresión auditiva prácticamente coincidente.

Ahora bien, el vocablo adicional “CRUNCHY” presente en la marca mixta solicitada no introduce una diferencia capaz de neutralizar la similitud existente, en tanto se percibe como un calificativo que describe características del producto, lo que lo convierte en un elemento accesorio dentro del conjunto marcario. En consecuencia, el consumidor puede interpretar el signo solicitado como una variación o extensión de la marca registrada, al conservar el mismo elemento distintivo relevante. Así, la coincidencia sustancial en la estructura y sonoridad de las denominaciones permite concluir que existe un riesgo de confusión o asociación entre los signos comparados.

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 productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

21: Cajas para galletas; tarros para galletas.

30: Cestas de regalo que contienen chocolates, productos de confitería y galletas; galletas*; galletas con pepitas de chocolate; galletas de cereales; galletas de chocolate; galletas de dulces de mantequilla glaseadas con limón; galletas de dulces de mantequilla recubiertas de chocolate; galletas de dulces de mantequilla sin gluten; galletas de mantequilla; galletas de pastelería para hornear; galletas dulces; galletas recubiertas de chocolate; galletas rellenas; galletas rellenas de almendras; galletas rellenas de chocolate; galletas rellenas de crema de cacao y avellanas; galletas rellenas de crema de coco; galletas rellenas de crema de vainilla; galletas saladas; galletas vegetarianas; masa de galletas congelada; masa para galletas; masa para galletas congelada.

El signo previamente registrado o solicitado identifica:

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° SD2025/0046334

Expediente	Producto
9216602230	(30): CONFITERIA, BIZCOCHOS Y CHOCOLATE ..

Conexidad competitiva entre las clases 30 y 21 (Razonabilidad):

Por otra parte, desde la perspectiva del consumidor, resulta razonable pensar que un mismo empresario pueda ofrecer tanto productos alimenticios (galletas, confitería) como sus envases o recipientes, dado que en el mercado es común que fabricantes de alimentos también comercialicen empaques personalizados o accesorios relacionados. Esta percepción se sustenta en la finalidad compartida (consumo y conservación de alimentos), la naturaleza cercana (productos para el mismo momento de uso) y la estrategia comercial integrada que se observa en marcas que venden alimentos junto con empaques promocionales. Por ello, existe una conexión competitiva que podría inducir a confusión sobre el origen empresarial.

Conexidad competitiva entre la clase 30 (Intercambiabilidad):

Esta dirección encuentra que, los productos comparados son altamente sustituibles, ya que ambos grupos pertenecen al mismo género alimenticio y comparten finalidad. El consumidor podría optar indistintamente por adquirir galletas, bizcochos o chocolates según preferencias, precio o disponibilidad, lo que evidencia competencia directa en el mercado. Además, se comercializan en los mismos canales (supermercados, tiendas especializadas, plataformas online) y se promocionan bajo estrategias similares, reforzando la percepción de sustitución.

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 irreregistrabilidad del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca CRUNCHY MUNCH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 21 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por KAREN JULIETH RAMÍREZ MONTOYA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca CRUNCHY MUNCH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁶,

⁵ 21: Cajas para galletas; tarros para galletas.

⁶ 30: galletas de cereales; galletas de chocolate; galletas de dulces de mantequilla glaseadas con limón; galletas de dulces de mantequilla recubiertas de chocolate; galletas de dulces de mantequilla sin gluten; galletas de mantequilla; galletas de pastelería para hornear; galletas dulces; galletas recubiertas de chocolate; galletas rellenas; galletas rellenas de almendras; galletas rellenas de chocolate; galletas rellenas de crema de cacao y avellanas; galletas rellenas de crema de coco; galletas rellenas de crema de vainilla; galletas saladas; galletas vegetarianas; masa de galletas congelada; masa para galletas; masa para galletas congelada.

Resolución N° 2212

Ref. Expediente N° SD2025/0046334

solicitada por KAREN JULIETH RAMÍREZ MONTOYA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO Cuarto: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 9 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS