

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 14825

Ref. Expediente N° SD2025/0073824

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 25 de julio de 2025, John Dario Zapata Parra, solicitó el registro de la Marca ALQUIMIA ARTESANO DEL PAN (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. 1076, 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.

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 tercero²,

¹ 30: Harinas y preparaciones a base de cereales; pan; productos de pastelería y confitería; mezclas para la elaboración de productos de panadería; masa de pizza; masa madre.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0073824

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 marca previamente registrada

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	ALKIMIA SANO PLACER	ALKIMIA PRODUCTOS FUNCIONALES S.A.S	SD2019/0056121	11	30	Marca	Registrada	23/04/2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

•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° SD2025/0073824

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

En el caso que nos ocupa, le corresponde a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“ALQUIMIA ARTESANO DEL PAN”** se encuentra incurso en alguna de las causales de irregistrabilidad establecidas en la Decisión 486 de 2000.

En el caso objeto de estudio, esta Dirección observa que los signos ALQUIMIA ARTESANO DEL PAN y ALKIMIA SANO PLACER presentan similitudes sustanciales, dado que comparten de manera similar el vocablo dominante A-L-QUI-M-I-A / ALKIMIA, el cual constituye el núcleo de mayor fuerza distintiva dentro de ambas denominaciones. En efecto, el término común conserva una estructura silábica, así como una secuencia vocálica y consonántica coincidente **AL-QUI-MIA** / **AL-KI-MIA** que genera una impresión ortográfica asociativa en el consumidor.

A partir de estas coincidencias estructurales, se evidencia que, desde el plano fonético, las similitudes se intensifican, puesto que la pronunciación resultante **AL-KI-MIA** / **AL-QUI-MIA** permanece invariable, con idéntica acentuación y ritmo sonoro, esta uniformidad auditiva refuerza la posibilidad de confundibilidad, lo que dificulta que el consumidor pueda individualizar con claridad las denominaciones y que lo lleve a percibir las como variantes de una misma marca. En este sentido, la expresión adicional **“ARTESANO DEL PAN”** no resulta suficiente para neutralizar las coincidencias presentes en el elemento predominante, ni para desvirtuar la asociación derivada de la dimensión denominativa común.

Sobre este punto, es pertinente traer a colación lo preceptuado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el cual ha señalado que, cuando en la comparación de signos mixtos se determina que el elemento denominativo es el predominante, el cotejo debe realizarse aplicando las reglas doctrinales establecidas para las marcas denominativas; de tal manera, el criterio mencionado, resulta plenamente aplicable al presente caso, toda vez que la fuerza distintiva recae en el segmento verbal compartido por los signos analizados.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0073824

competitiva entre los productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 30: Harinas y preparaciones a base de cereales; pan; productos de pastelería y confitería; mezclas para la elaboración de productos de panadería; masa de pizza; masa madre.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2019/0056121 clase 30: Cucuruchos para helados cremosos; espesantes para helados cremosos; helados de agua con sabor a frutas en palito o en barra; helados aromatizados; helados a base de frutas; helados cremosos; helados cremosos de frutas; helados cremosos de frutas en palito o en barra; helados de frutas; helados de hielo; mezclas para preparar helados cremosos; pasteles helados; polvos para preparar helados cremosos; postres helados con frutas [parfaits]; sorbetes [helados].

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 internacional. Principio de Razonabilidad

Entre las coberturas enfrentadas se evidencia conexión competitiva en virtud del principio de razonabilidad, toda vez que los productos amparados por el signo solicitado consistentes en: *“harinas, preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y confitería, mezclas para panadería y masas”*, participan del mismo mercado alimenticio en el que también se comercializan los identificados por el antecedente, tales como *helados y las mezclas para su preparación*. Dada la coincidencia en el mercado, se establece que en la práctica comercial, es frecuente que estos productos se comercialicen en los mismos lugares como supermercados, tiendas especializadas, panaderías, pastelerías y plataformas de comercio electrónico, escenarios en los cuales el consumidor accede simultáneamente a productos de panificación, repostería e incluso helados, por pertenecer al mismo entorno gastronómico.

En consecuencia, la cercanía en naturaleza, finalidad y canales de comercialización conlleva a que el público pueda percibir razonablemente que todos estos productos provienen del mismo origen empresarial o que están asociados a una misma línea de alimentos, lo cual incrementa el riesgo de confusión o asociación indebida.

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° SD2025/0073824

En ese sentido, dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Conforme a lo anterior, de concederse el signo solicitado, se estaría dificultando la correcta identificación del origen empresarial de los productos analizados e infringiendo no solo los derechos de los consumidores, quienes deben poder escoger sin engaños ni confusiones los bienes ofrecidos en el mercado, sino también los derechos marcarios del titular del signo previamente registrado.

Por tal razón, resulta indispensable preservar la protección que otorga el registro anterior y mantener la aplicación estricta de los criterios legales destinados a garantizar la sana circulación de los bienes en el contexto comercial y/o empresarial, evitando así que se genere riesgo de confusión, asociación indebida o aprovechamiento de la distintividad ajena.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **ALQUIMIA ARTESANO DEL PAN** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por John Dario Zapata Parra, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a John Dario Zapata Parra, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 2 de marzo de 2026

⁵ 30: Harinas y preparaciones a base de cereales; pan; productos de pastelería y confitería; mezclas para la elaboración de productos de panadería; masa de pizza; masa madre.

Ref. Expediente N° SD2025/0073824



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS