

REPÚBLICA DE COLOMBIA

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 15553

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el 22 de mayo de 2025, la sociedad **PEZCAR FOOD S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **PEZCAR FOOD** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1071 del 26 de junio de 2025, la señora **YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO** en fecha 09 de agosto de 2025, presentó únicamente el formulario de oposición al registro, invocando las causales previstas en el literal b) del artículo 135 y en los literales a) y b) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, sin exponer argumento alguno en desarrollo de dichas causales.

En esta misma fecha, la opositora efectuó el pago de la prórroga o plazo adicional para allegar pruebas, de conformidad con lo establecido en el artículo 146 de la misma Decisión, allegando como único anexo el poder conferido.



Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

Espacio reservado para el adhesivo de radicación

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
PRESENTACIÓN DE OPOSICIONES

1. Datos del signo

1.1. Identificación del signo: PEZCAR FOOD

1.2. Número de expediente: SD2025/0048367

1.3. Clase de productos y/o servicios: 29

☒ Márquese este recuadro si están afectadas con la oposición todas las clases de productos y/o servicios relacionados en la solicitud de registro

☐ Márquese este recuadro si sólo algunas clases de productos y/o servicios relacionados en la solicitud están afectados con la oposición, e indique en anexo adjunto los productos y/o servicios contra los cuales se interpone

2. Datos del opositor

☒ Persona Natural

☐ Persona Jurídica

YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO

Nombre o denominación /Nombre Social completo

Nombre del representante legal

Tipo de empresa

Micro ☐ Pequeña ☐ Mediana ☒ Otra ☐

Documento de identificación: ☒ C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ Otro ☐ Número 66 765.559

Nacionalidad/País de constitución

Colombia

Dirección del titular

Dirección electrónica

No. Fax

Número telefónico

☒ Autorizo expresamente a la Superintendencia de Industria y Comercio para que todas las comunicaciones sean enviadas a través de la dirección de correo electrónico

3. Datos del apoderado:

CORTÉS MARTÍNEZ EDUARDO

79 629.937 de BTÁ.

127.887 del C.S. de la J.

Apellidos y Nombre

Documento de identificación

Tarjeta profesional

4. Datos de la oposición:

Causal(es) que se invoca(n) como justificativa(s) de la oposición:
Literal b) del Artículo 135; Literales a) y b) del Artículo 136 de la Decisión 486, falta de distintividad. Similitud en grado de confusión con nombre, enseña comercial, y registro de marca.

Susténtese en escrito adjunto

Signo cuya protección se solicita:
PEZCAR MJ

Denominación

11 - 059155

467309

Número de expediente

Número de certificado (si lo tiene)

☐ ¿Invoca notoriedad?

☒ ¿Solicita prórroga?

5. Anexos

☒ Comprobante de pago de la tasa para la presentación de la oposición No. 25 - del 09/08/2025 /06/20

☒ Poder, si fuere el caso con el que se acredite la representación

☒ Anexo indicativo de las clases contra las cuales presenta oposición

☒ Pruebas como sustento de la oposición

Copias para el traslado de la oposición. Se anexan _____ folios (Obligatorio indicar cuántos)

Comprobante de pago de tasa por solicitud de prórroga

Comprobante de pago por invocación de notoriedad

Dentro del plazo previsto para la prórroga, la señora **YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO**, por conducto de su apoderado, presentó un escrito en el que desarrolló los argumentos de la oposición inicialmente invocada y aportó las pruebas que consideró pertinentes para sustentar su oposición, en los siguientes términos:

¹ 29: Pescados, mariscos y moluscos, no vivos.

Página 1 de 14

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
Teléfono en Bogotá: 601 592 04 00 – Línea gratuita a nivel nacional: 01 8000 910 165 –
Dirección: calle 24 #7-43 local 108, Bogotá D.C., Colombia – Teléfono: 601 587 00 00 –
www.sic.gov.co – e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es
fundamental al usar menos
papel contribuimos con el
medio ambiente

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

(...) 1.1. *Confusión gramatical y gráfica: De acuerdo con este criterio su confundibilidad es evidente, veamos:*

SIGNO PREVIAMENTE REGISTRADO:

MARCA CUYO REGISTRO SE PRETENDE:



PEZCAR

cómo puede apreciarse entre las expresiones enfrentadas existe una TOTAL CONFUNDIBILIDAD, puesto que el componente nominativo y tipográfico es el más relevante en ambas marcas y el signo solicitado reproduce íntegramente la literalidad de la expresión que conforma el conjunto marcario de la Señora ECHEVERRY CAICEDO. De tal manera que de concederse el registro solicitado, la coexistencia en el mercado de los Signos Distintivos confrontados generaría confusión y error en el público consumidor de los productos ofrecidos por ambos comerciantes. Lo primero que va a ver y entender un potencial comprador de cualquier producto - ya sea de forma presencial o virtual -, es "PEZCAR". Veamos:

Marcas registradas y nombre comercial depositado:

PEZCAR



Marca solicitada:

PEZCAR

(...) 1.2. *Confundibilidad fonética y conceptual: Para determinar la similitud de dos expresiones en el aspecto fonético, la jurisprudencia recomienda aplicar el criterio de confundibilidad que señala que es necesario determinar si comparten el mismo número de letras, si las vocales utilizadas son las mismas, si están ubicadas en el mismo orden; en este caso en particular al realizar el ejercicio anterior encontramos que confrontando las expresiones, tenemos que la marca solicitada está compuesta en parte por siete letras iguales a las de la marca registrada por nuestro poderdante; en este caso en particular al realizar este análisis tenemos, que la identidad es innegable. Las marcas cotejadas no sólo son visual y gramaticalmente similares sino que también guardan sustancialmente igualdades fonéticas. En efecto, las pronunciaciones de estas marcas suenan y se escuchan en forma similar, lo cual no permite la plena identificación de cada una de ellas en el mercado. De acuerdo con lo anterior se hace menester que su Despacho a fin de evitar confusión entre el público consumidor y sus posibles consecuencias, declare fundada la oposición y niegue de oficio el registro de la marca solicitada.*

De otra parte doctrinal y Jurisprudencialmente, se ha aceptado que en el análisis y confrontación de dos marcas, no solo debe tenerse en cuenta diferencia gramatical, sino que dichas diferencias, deben realmente existir, y evitar confusión en los consumidores; no basta cualquier diferencia de letras y sílabas para concluir que dos Signos Distintivos puedan coexistir como tales, es necesario observarlas en su conjunto, tal y como obra el consumidor medio para concluir si inducen ó no a error al público. En esa medida y aterrizado en el sublite, el consumidor centra su atención y represente en su mente el verbo "PEZCAR", generándose allí un riesgo de confusión. Vemos cómo los signos enfrentados son la misma naturaleza. En efecto, las marcas aquí cotejadas son de aquellas denominadas por la doctrina como arbitrarias, lo cual hace que las expresiones aquí confrontadas sean tan similares. Esta situación no pasa desapercibida para un potencial comprador de geles, que en su mente mezclará la idea ó concepto "PEZCAR".

(...) *Da mayor fuerza a la relación de las actividades mercantiles aquí sostenida, el hecho de que las mercaderías y su distribución que distinguen los signos aquí cotejados, tienen iguales canales de comercialización y comparten los mismos compradores y nicho de mercado; de donde se hace imposible para el consumidor establecer la diferencia entre productos y servicios que están destinados a satisfacer las mismas necesidades. Esta muy difícil distinción de actividades económicas y de satisfacción de necesidades como consumidores, obedece a la existencia de una similitud real que lleva a confusión. Además nótese que lo único que hicieron fue acomodar la clasificación para que no se viera tan parecida, pero igual en el momento que nuestro poderdante procedió con su*

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

registro mercantil del año 2.010 lo hizo con describiendo el “PESCADO”. La existencia de relación directa real para el consumidor, hace que pueda pensar que los productos y servicios ofrecidos y marcados con las expresiones “PEZCAR” y “PEZCAR” tienen el mismo origen empresarial ó que existe vinculación jurídica u económica entre ambas, relación que encuentra su asiento en todo lo anteriormente dicho, haciéndose necesario por tal motivo que los signos distintivos sean realmente diferentes, cosa que no sucede en el presente caso, pues como se demostró con anterioridad presentan una notoria similitud, de tal manera que su coexistencia en el mercado generaría un alto riesgo de confusión entre el público consumidor de los mismos. Véase la forma en que la Señora ECHEVERRY CAICEDO publicita su marca a través de su página de internet:

(...) Conforme a lo expresado, el público consumidor de productos de mar y río identificados con la marca “PEZCAR” de la Compañía PEZCAR FOOD S.A.S., inevitablemente los asociaría con los ofrecidos por la Señora ECHEVERRY CAICEDO, creándose de esta forma una confusión indirecta, designando un mismo origen empresarial de productos que en realidad no tienen. Todo lo anterior aunado a la similitud fonética, visual y gramatical de los signos, que conducirá indiscutiblemente a la confusión por parte del potencial comprador de pescado y productos piscícolas, generando perjuicios a todos los participantes del mercado, incluyendo a la titular inicial en COLOMBIA de la marca, del nombre y de la enseña comercial “PEZCAR”.

3. PROHIBICIÓN LEGAL.

Aplicando la normatividad andina en marcas, se concluye que la marca mixta solicitada por PEZCAR FOOD S.A.S. no reúne los requisitos exigidos en el Artículo 134 de la Decisión 486 de la COMISIÓN DEL ACUERDO DE CARTAGENA, pues no es lo suficientemente distintiva y además induce al público a error, al ser casi idéntica a la marca previamente registrada por nuestro representado. En conclusión, carece de fuerza distintiva. El riesgo de confundibilidad de los signos “PEZCAR” aquí enfrentados se maximiza pues los productos y servicios distinguidos con esa expresión son relativos a la piscicultura, comparten fines comunes, verbigracia, el coadyuvar con la puesta en venta de bienes mercantiles en general, y su nivel de relación es de dependencia mutua, pues no pueden darse en el comercio los unos sin los otros.

4. CRITERIO JURISPRUDENCIAL Y DOCTRINAL APLICABLE AL CASO.
Doctrinal y Jurisprudencialmente, se ha aceptado que en el análisis y confrontación de dos marcas, no solo debe tenerse en cuenta diferencia gramatical, sino que dichas diferencias, deben realmente existir, y evitar confusión en los consumidores; no basta cualquier diferencia de letras y sílabas para concluir que dos Signos Distintivos puedan coexistir como tales, es necesario observarlas en su conjunto, tal y como obra el consumidor medio para concluir si inducen o no a error al público. Por último diremos que de acuerdo a reiterados pronunciamientos del TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA en cotejo de marcas que identifican medicamentos como en el sublite, la Administración esta conminada a adelantar un examen de registrabilidad más riguroso dado que están involucrados productos de consumo humano y con ello la salud pública.”

Por medio del oficio núm. 17630 del 8 de octubre de 2025 se corrió traslado a la sociedad solicitante **PEZCAR FOOD S.A.S.**, de la oposición y sus pruebas por el término de 30 días hábiles, en los términos del artículo 148 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad solicitante **PEZCAR FOOD S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(…) La solicitud de registro elevada por parte de PEZCAR FOOD S.A.S., en representación del señor Daniel Mozo Parra (PEZCAR FOOD S.A.S.) es nominativa (protección sobre la expresión verbal “PEZCAR FOOD”), lo que significa que la protección pretendida cubre la denominación en cualquier color, grafía o tipografía, pero no exige

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

que la oficina trate como idénticas las representaciones gráficas particulares del signo opositor cuando ese último predomine gráficamente.

El signo opositor PEZCAR MJ (según consta en la oposición) aparece asociado en la práctica con una composición gráfica (logotipo con representación de pez y tipografía cursiva) cuya parte figurativa tiene peso en la percepción del público, tal como lo demuestran las reproducciones que obran en el expediente.

4.2.) Comparación denominativa (palabras que componen las marcas).

Diferencias relevantes y efecto semántico:

El signo del solicitante añade el término “FOOD”, mientras que el signo opositor incorpora las siglas “MJ”. La doctrina y la jurisprudencia andina exigen examinar la marca en su conjunto y considerar el valor distintivo de cada partícula; partículas genéricas o descriptivas (como, en muchos contextos, food para productos alimenticios) son elementos que debilitan la fuerza dominante del denominativo común y reducen la capacidad de monopolio sobre la raíz compartida. En consecuencia, la presencia de la palabra “FOOD” es un factor neutralizador en el cotejo global.

Valor práctico:

“FOOD” es término genérico en inglés que remite directamente a alimentos y, por ello, en el contexto de la clase 29 su poder diferenciador es limitado. En cambio, las siglas “MJ” remiten a una identificación personal/empresarial y producen una asociación distinta en el público. Por tanto, desde el ángulo conceptual hay distinción: “PEZCAR MJ” evoca una marca nominativa+inicial del titular; “PEZCAR FOOD” evoca una marca empresarial orientada explícitamente al alimento/comercialización alimentaria.

(...) Composición que utiliza el solicitante en su imagen comercial:

Aunque la solicitud es nominativa (“PEZCAR FOOD”), en la práctica comercial y material de identidad el solicitante emplea una isotipia / imagotipo (círculo/hexágono en negro con letras doradas, tipografía sans y lema “Calidad a su servicio”); es decir, la impresión gráfica real que percibe el público es radicalmente distinta (geometría, colores, tipografía moderna vs. dibujo de pez y caligrafía). (Se anexan imágenes).

Doctrina y jurisprudencia aplicable:

La autoridad debe verificar si en el signo mixto/opositor predomina el elemento gráfico o el denominativo para determinar la pauta de cotejo. Donde predomina el gráfico, las diferencias figurativas y conceptuales pueden eliminar el riesgo de confusión aún cuando hubiera semejanza denominativa parcial. El Consejo de Estado y el TJCA han confirmado que cuando concurren factores que realzan el componente figurativo (tamaño, ubicación, fuerza expresiva), el análisis debe centrarse en la comparación gráfica y conceptual; dicha regla es aplicable al presente supuesto, pues el signo opositor contiene un fuerte componente figurativo que no calca la representación iconográfica ni la paleta cromática ni la estructura del signo que exhibe el solicitante.

Colores y tipografía:

Los colores (azules y tonos marinos en la enseña del opositor vs. negro y dorado en la imagen comercial del solicitante) y las tipografías (caligráfica vs. sans bold) contribuyen a la impresión global y facilitan la diferenciación en el punto de venta o en el empaque. La jurisprudencia reconoce que tales diferencias, cuando son apreciables y el elemento gráfico es relevante, disminuyen el grado de confusión.

4.4) Comparación fonética y ortográfica.

Fonéticamente, la raíz “PEZCAR” se pronuncia igual; sin embargo, las segundas palabras (“MJ” vs “FOOD”) modifican la cadena sonora completa, y la regla de comparación exige

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

valorar la impresión global, no sólo fragmentos coincidentes. La coincidencia fonética en una parte de la expresión no determina por sí sola la existencia de riesgo de confusión, más aún si esa parte es apreciada como semánticamente débil o genérica.

4.5) Consumidor medio, canales y grado de atención.

En el análisis de riesgo de confusión hay que considerar el sector pertinente y el tipo de consumidor (consumidor de productos de la clase 29). El operador jurisdiccional ha de ponderar la realidad comercial (empaquete, exhibición, canal minorista/ mayorista, costumbre de compra). En ausencia de prueba contundente de coincidencia en todos estos elementos

(...) 5.1) Sobre el literal b) del artículo 135 (falta de distintividad).

El opositor pretende que la marca solicitada carece de distintividad. Sin embargo:

a) PEZCAR FOOD como conjunto denominativo resulta suficientemente distintivo para identificar el origen empresarial de los productos ofrecidos por la solicitante; la combinación “PEZCAR + FOOD” no es una expresión genérica en español y posee un efecto distintivo cuando se observa en su conjunto y en el mercado relevante. El simple hecho de que la palabra “pez” tenga relación conceptual con peces no convierte a la marca completa en no distintiva; la regulación y la jurisprudencia exigen un análisis concreto.

b) Alternativamente, si la autoridad considerase que algún componente (p. ej. “FOOD”) es descriptivo, dicha descriptividad no debería conducir a la prohibición total del registro de la combinación completa si la unidad denominativa total posee carácter distintivo en su conjunto, conforme a la doctrina andina que admite registros sobre combinaciones que, analizadas globalmente, cumplen los requisitos de distintividad.

5.2) Sobre los literales a) y b) del artículo 136 (identidad o similitud y riesgo de confusión).

La oposición por identidad o similitud requiere prueba del riesgo de confusión efectivo, atendiendo a las reglas de cotejo establecidas por el TJCA y el Consejo de Estado (análisis global, predominio gráfico/denominativo, impresión general). En el caso concreto:

a) No existe identidad plena: PEZCAR FOOD ≠ PEZCAR MJ. La diferencia en el segundo término (FOOD vs MJ), la distinta carga conceptual y las marcadas diferencias figurativas y cromáticas suministran elementos objetivos de diferenciación.

b) No se ha acreditado el riesgo de confusión en la forma exigida por la jurisprudencia (por ejemplo, no se ha acreditado notoriedad, similitud gráfica insuperable, ni pruebas de mercado que demuestren confusión real o potencial en el nivel exigido). El opositor se limita a alegar similitud denominativa parcial y a invocar artículos sin desagregar en la prueba los elementos requeridos por la doctrina andina y la SIC. En ausencia de esa prueba, la oposición debe ser rechazada.”

Consideraciones previas respecto de la oposición presentada por la señora YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO

Esta Dirección observa, en primer término, que la oposición presentada por la señora **YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO** frente a la solicitud de registro de la marca **PEZCAR FOOD** (nominativa), publicada en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1071 del 26 de junio de 2025, se limitó inicialmente al diligenciamiento del formulario de oposición, en el cual se marcaron como fundamento las causales previstas en el literal b) del artículo 135 y en los literales a) y b) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, sin que se hubiere expuesto argumento alguno en desarrollo de dichas causales. En esa misma oportunidad, la opositora solicitó el término adicional

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

contemplado en el artículo 146 de la Decisión 486. Posteriormente, dentro del plazo adicional concedido, la opositora radicó un escrito en el que por primera vez desarrolló los argumentos de la oposición e incorporó las pruebas que estimó pertinentes.

Frente a esta secuencia procesal, resulta necesario precisar el alcance del artículo en mención:

*“Artículo 146.- Dentro del plazo de treinta días siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés, podrá presentar, **por una sola vez, oposición fundamentada** que pueda desvirtuar el registro de la marca.
A solicitud de parte, la oficina nacional competente **otorgará, por una sola vez un plazo adicional de treinta días para presentar las pruebas que sustenten la oposición.***

Las oposiciones temerarias podrán ser sancionadas si así lo disponen las normas nacionales.

No procederán oposiciones contra la solicitud presentada, dentro de los seis meses posteriores al vencimiento del plazo de gracia a que se refiere el artículo 153, si tales oposiciones se basan en marcas que hubieren coexistido con la solicitada.” (Negrita y subraya fuera de texto)

Como se puede observar, la norma citada establece que la oposición debe presentarse debidamente fundamentada dentro de los treinta días siguientes a la publicación de la solicitud y que, a petición de parte, la Oficina Nacional Competente podrá conceder un término adicional de treinta días exclusivamente para la presentación de las pruebas que sustenten los hechos alegados por lo que la norma es clara en distinguir dos cargas diferentes: de una parte, la carga de alegación oportuna y fundamentada de las causales de oposición, que debe cumplirse dentro del término inicial de treinta días; y, de otra, la posibilidad de contar con un término adicional, de naturaleza estrictamente probatoria, para allegar los medios de convicción que respalden los hechos ya expuestos en la oposición.

De esta disposición se desprende que el término adicional previsto en el artículo 146 no puede entenderse como una prórroga del plazo para formular o desarrollar argumentos de fondo, ni habilita al opositor para introducir por primera vez el sustento jurídico y fáctico de su oposición una vez vencido el término inicial. Admitir lo contrario implicaría desnaturalizar el diseño del procedimiento andino, quebrantar el principio de preclusión de las etapas procesales, afectar la seguridad jurídica de las partes y, se verían comprometidos los principios de legalidad y congruencia procesal, en la medida en que la autoridad terminaría valorando argumentos introducidos por fuera del momento procesal expresamente fijado por la norma comunitaria.

Al aplicar estos criterios, esta Dirección constata que la oposición de la señora **Yasmid Eliana Echeverry Caicedo** carece de la fundamentación oportuna exigida por la ley. El escrito inicial se limitó a citar genéricamente las causales de la Decisión 486 de 2000, omitiendo hechos y fundamentos jurídicos que explicaran la vulneración alegada. Si bien la opositora presentó argumentos posteriormente, lo hizo durante el término del artículo 146, cuya naturaleza es estrictamente probatoria. Por tanto, dichos argumentos son extemporáneos y no subsanan la omisión inicial, pues constituyen un intento de ampliar el debate jurídico fuera del plazo perentorio de treinta días.

Bajo esta óptica, de la oposición no se debió haber corrido traslado, por cuanto no satisfacía el estándar mínimo exigido por el artículo 146 de la Decisión 486 de 2000, al no estar “debidamente fundamentada”. No obstante, mediante Oficio No. 17630 del 8 de octubre de 2025, esta Dirección corrió traslado de la oposición y de las pruebas a la

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

sociedad solicitante **PEZCAR FOOD S.A.S.**, otorgándole el término de treinta días hábiles previsto en el artículo 148 *ibídem* para pronunciarse.

Dicho oficio constituye un acto de trámite en los términos del artículo 3 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, en la medida en que se trata de una decisión adoptada dentro del procedimiento marcario, destinada a producir efectos jurídicos internos, concretamente a abrir la etapa de contradicción frente a una oposición que, como se ha visto, carecía del presupuesto legal de fundamentación.

Ahora bien, el artículo 41 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo habilita a la Administración para, en cualquier momento anterior a la expedición del acto definitivo, corrija las irregularidades que se hayan presentado en la actuación, de oficio o a petición de parte. Esta facultad constituye una manifestación del principio de eficacia que rige las actuaciones administrativas, orientado a que los procedimientos logren su finalidad material y se respeten los derechos sustanciales de los administrados, evitando que yerros formales o decisiones de trámite adoptadas sin pleno ajuste a la ley terminen viciando el resultado del proceso.

En ese sentido, corresponde entonces a esta Dirección, en ejercicio de la facultad correctiva prevista en el artículo 41 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y en aplicación de los principios de celeridad, economía y eficiencia, adoptar las medidas necesarias para depurar la actuación y restablecer el cauce legal del procedimiento marcario.

Por lo anterior, esta Dirección considera procedente dejar sin efectos el oficio No. 17630 del 8 de octubre de 2025 mediante el cual se admitió y se dio traslado de la oposición a la solicitante, en cuanto que la oposición no cumplía con el presupuesto de fundamentación exigido por el artículo 146 de la Decisión 486.

En consecuencia, los argumentos y pruebas contenidos en el escrito presentado por la opositora dentro del término adicional no serán tenidos en cuenta para el examen de registrabilidad de la marca **PEZCAR FOOD** (Nominativa), sin perjuicio de que la solicitud sea analizada de oficio frente a las causales de irregistrabilidad previstas en el régimen comunitario andino. De este modo, se corrige la irregularidad advertida y se garantiza que la decisión definitiva se adopte dentro de un procedimiento ajustado a derecho y respetuoso del debido proceso de las partes.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta lo previsto en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

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, 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

Análisis de oficio de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486. Confundibilidad con marcas previamente registradas.

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que los siguientes registros marcarios deben ser tenidos en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

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.

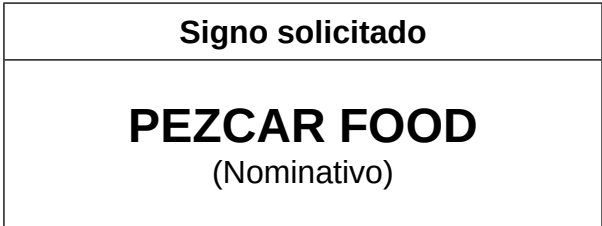
b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos 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.

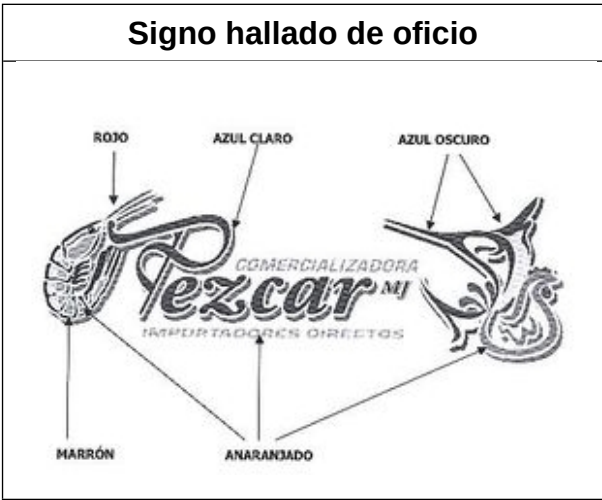
Ref. Expediente N° SD2025/0048367

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	PEZCAR MJ	YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO	11059155	9	35	Marca	Registrada	29 ene. 2033

Los signos a comparar son los siguientes:



El signo solicitado, de naturaleza nominativa compuesta, está conformado por las expresiones “PEZCAR FOOD” sin elementos adicionales.



El signo antecedente hallado de oficio, de naturaleza mixta, está conformado por la expresión principal “Pezcar” acompañada de las siglas “MJ”; incluye tres representaciones gráficas ubicadas alrededor de la denominación: una figura semejante a un camarón, una figura semejante a un pez espada y una figura semejante a una gallina, distribuidas a los lados del conjunto.

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos y nominativos:

De otra parte, al efectuarse la comparación entre un signo denominativo y uno mixto, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁴

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

⁴ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015.



Ref. Expediente N° SD2025/0048367

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)*⁵

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁶ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

⁵ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁶ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁷

Análisis comparativo con marca citada de oficio

Siguiendo con las reglas determinadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, considerando la naturaleza de los signos en cotejo y dejando de presente que es el elemento denominativo el preponderante en estos, por cuanto son las palabras las que usaría el consumidor para demandar los productos identificados con los signos, procederá a hacerse el cotejo como si de signos nominativos se tratara.

En este caso, los signos **PEZCAR FOOD** y **PEZCAR MJ** comparten íntegramente el vocablo “**PEZCAR**”, que aparece al inicio de ambas denominaciones y actúa como núcleo distintivo de cada conjunto. Conforme a las reglas de cotejo, la reproducción total de este elemento predominante hace que, desde la perspectiva del consumidor, el impacto principal de ambos signos sea el mismo: “**PEZCAR**”.

Ahora bien, las expresiones adicionales que acompañan a dicho núcleo no son suficientes para disipar el riesgo de confusión. En el signo solicitado, la palabra “**FOOD**”, pese a estar en inglés es de fácil comprensión para el consumidor hispanohablante promedio y se percibe como directamente alusiva a alimentos o comidas, por lo que cumple una función meramente descriptiva respecto de los productos de la clase 29 y, por ende, no dotada de aptitud distintiva. De forma similar, en el signo hallado de oficio la secuencia “**MJ**” se aprecia como un complemento accesorio, probablemente un acrónimo o referencia secundaria al empresario, que el consumidor tiende a relegar frente al vocablo principal. En consecuencia, en ambos signos la fuerza identificadora recae casi por completo en “**PEZCAR**”.

Desde el punto de vista fonético y gráfico, la coincidencia es prácticamente plena en el elemento relevante: misma secuencia de letras, misma estructura silábica **PEZ-CAR**, igual orden de vocales **E-A** y misma sílaba tónica en “**CAR**”. Las diferencias introducidas por las partículas “**FOOD**” y “**MJ**” se ubican al final y en posición subordinada, por lo que no modifican de manera significativa la sonoridad ni la impresión global.

Conceptualmente, ambos signos remiten a una misma idea básica asociada a “**PEZCAR**” como marca de alimentos, lo que refuerza la posibilidad de asociación empresarial.

Por lo anterior, esta Dirección concluye que el signo solicitado a registro “**PEZCAR FOOD**” es similarmente confundible con el signo hallado de oficio “**PEZCAR MJ**”, pues reproduce íntegramente el elemento predominante y arbitrario “**PEZCAR**”, mientras que los acompañamientos “**FOOD**” y “**MJ**”, por su carácter descriptivo o secundario, no aportan diferenciación suficiente para evitar que el consumidor atribuya a los signos un mismo origen empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

29: Pescados, mariscos y moluscos, no vivos.

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

El signo citado de oficio identifica:

Expediente	Servicios
11059155	(35): Servicios de intermediación y reagrupamiento de víveres, abarrotes, y productos alimenticios avícolas, pesqueros y piscícolas, y su puesta en el comercio; importación y comercialización de pescados así como abastecimiento y ubicación de pollos y gallinas para terceros y público comprador en general.

Análisis conexidad competitiva entre productos de la clase 29 de la marca solicitada vs servicios de la clase 35 de la marca hallada de oficio

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos, es la razonabilidad definida como *“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. (...)”*⁸. En el presente caso, un consumidor podría considerar razonable que los productos y servicios analizados se ofrezcan por parte de un mismo empresario.

Los productos de la marca solicitada en clase 29, consistentes en **pescados, mariscos y moluscos, no vivos**, corresponden a bienes alimenticios destinados al consumo humano, usualmente comercializados a través de cadenas de abastecimiento, distribuidores, plazas de mercado, supermercados, pescaderías y demás canales de suministro de víveres. Se trata de productos que exigen, por su naturaleza, manejo especializado en conservación, transporte y almacenamiento, y que se integran al tráfico económico como alimentos listos para su preparación y consumo.

Por otro lado, los servicios del signo hallado de oficio en clase 35, referidos a **servicios de intermediación y reagrupamiento de víveres, abarrotes y productos alimenticios avícolas, pesqueros y piscícolas y su puesta en el comercio; importación y comercialización de pescados, así como abastecimiento y ubicación de pollos y gallinas para terceros y público comprador en general**, se enmarcan en actividades de organización, distribución, suministro, importación y puesta a disposición en el mercado de dichos productos alimenticios. En particular, la “importación y comercialización de pescados” y el reagrupamiento de productos pesqueros y piscícolas evidencian una relación directa con la cadena de oferta y comercialización de los bienes comprendidos en la clase 29.

La relación entre estos productos y servicios puede ser apreciada desde la perspectiva de la razonabilidad. En la realidad del mercado es frecuente que un mismo agente económico opere, de manera integrada, tanto la provisión de productos alimenticios específicos como la gestión de su distribución, intermediación, abastecimiento o

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

comercialización, ya sea de forma directa o a través de esquemas de reagrupamiento y puesta en el comercio. En ese escenario, el consumidor puede suponer razonablemente que quien identifica con un signo determinados productos pesqueros también participe, bajo esa misma identificación empresarial, en actividades de importación, suministro o comercialización organizada de tales productos.

En efecto, existe una coincidencia entre el objeto material del producto, pescados, mariscos y moluscos no vivos, y el núcleo del servicio de la clase 35, que recae precisamente sobre la **intermediación, reagrupamiento, importación y comercialización de pescados y productos pesqueros/piscícolas**. Esto refuerza la percepción de continuidad comercial entre la oferta del producto alimenticio y el servicio que lo introduce, lo ubica y lo pone a disposición del público o de terceros en el mercado, circunstancia que incrementa la probabilidad de que el consumidor relacione ambos con un mismo origen empresarial, o entienda que se trata de una línea de negocio vinculada dentro del mismo sector de víveres y productos alimenticios.

Adicionalmente, los canales de contacto con el consumidor y con el mercado pueden confluir, en tanto los productos de la clase 29 suelen llegar al público a través de operadores que desarrollan funciones de abastecimiento, distribución, importación y comercialización, actividades que justamente caracterizan los servicios descritos en la clase 35. De igual modo, el público objetivo se superpone en gran medida: quienes adquieren estos productos alimenticios, ya sea consumidor final, minorista, restaurante o intermediario, participan en el mismo circuito comercial al que se dirigen los servicios de puesta en el comercio y reagrupamiento de víveres.

En este punto es necesario hacer referencia a lo expresado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, con relación a la Teoría de la Interdependencia:

“La doctrina advierte que cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”⁹

Por tanto, bajo las reglas de la sana crítica, es posible predicar que el presupuesto de razonabilidad se cumple entre los productos de la clase 29 y los servicios de intermediación, reagrupamiento, importación y comercialización de productos pesqueros y piscícolas de la clase 35.

En consecuencia, esta Dirección estima que se cumple uno de los tres criterios sustanciales de conexidad establecidos por la jurisprudencia andina, siendo estos suficientes *“para acreditar por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios”¹⁰*.

Por tanto, se concluye que las coberturas de los signos comparados guardan una conexidad competitiva que genera una confusión y asociación en el público consumidor, en la medida en que este podría atribuirles un mismo origen empresarial o una vinculación económica directa, por lo que no es posible permitir la coexistencia.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud después de un análisis de oficio está

⁹ Interpretación Prejudicial Proceso 96-IP-2006. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina cita a BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475.

¹⁰ Ibidem

Resolución N° 15553

Ref. Expediente N° SD2025/0048367

comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el 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 1: Dejar sin efectos el Oficio No. 15362 del 09 de septiembre de 2025 mediante el cual se admitió y se dio traslado a la oposición instaurada en contra de la marca **PEZCAR FOOD** (Nominativa); por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 2: Inadmitir la oposición interpuesta por la señora **YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución (falta de fundamentación oportuna).

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **PEZCAR FOOD** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹¹, solicitada por la sociedad **PEZCAR FOOD S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **PEZCAR FOOD S.A.S.**, solicitante del registro y a la señora **YASMID ELIANA ECHEVERRY CAICEDO** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

¹¹ **29:** Pescados, mariscos y moluscos, no vivos.

