

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 15681

Ref. Expediente N° SD2025/0079905

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 11 de agosto de 2025, Maradey Mercedes Arias Mendoza, solicitó el registro de la Marca Chevita Salsas y conservas artesanales (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. 1077, 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

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 **30:** Salsa comestible; salsa para alitas de pollo; salsa para tacos; salsas a base de ajo; salsas a base de mayonesa; salsa [salsas picantes]; salsas [condimentos]; salsas para arroz; salsas para carne de pollo; salsas para carnes a la parrilla; salsas para cocinar; salsas para espaguetis; salsas para pastas alimenticias; salsas para pescado; salsas para pizzas; salsas para rociar usadas en la carne para la parrilla; salsas para rociar utilizadas en la carne para el asado; salsas par rociar; salsas picantes; salsas saladas.

Ref. Expediente N° SD2025/0079905

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
Mixta	asados Chavita	MARIA ISABEL CLAVIJO CLAVIJO	14225821	10	43	Marca	Registrada	23 dic. 2034
Mixta	DOÑA CHEPITA (BUÑUELOS IRA COMO EXPLICATIVA)	INDUSTRIAS LA VICTORIA SAS	03099637	8	30	Marca	Registrada	19 ene. 2035
Mixta	DONA CHEPITA (NATILLA IRA COMO EXPLICATIVA)	INDUSTRIAS LA VICTORIA SAS	03100687	8	30	Marca	Registrada	03 ago. 2034

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. (...)."

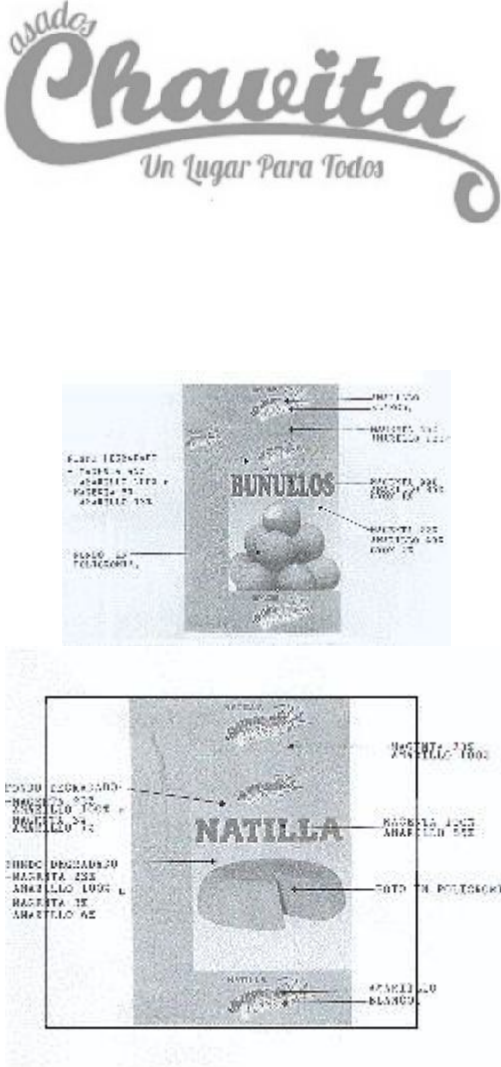
³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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° SD2025/0079905

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

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”.



Ref. Expediente N° SD2025/0079905

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea se observa que son similares, así:

CHEVITA SALSAS Y CONSERVAS / ASADOS CHAVITA / DOÑA CHEPITA / DOÑA CHEPITA

El signo solicitado CHEVITA SALSAS Y CONSERVAS presenta similitudes ortográficas respecto de las marcas previamente registradas ASADOS CHAVITA y DOÑA CHEPITA, en la medida en que comparten una estructura altamente cercana, particularmente en los vocablos CHEVITA / CHAVITA / CHEPITA, los cuales presentan coincidencia en la partícula inicial “CH”, seguida de una vocal abierta y concluyendo con la terminación diminutiva “ITA”.

La variación consistente en el uso de las consonantes intermedias “V”, “V” (con distinta vocal precedente) y “P” no resulta suficiente para generar una diferenciación entre las denominaciones, dado que tales cambios recaen sobre letras ubicadas en posición media dentro de la palabra, manteniéndose inalterada la estructura, la extensión y la terminación característica “ITA”, que constituye un elemento de fuerte recordación para el consumidor.

Por otra parte, la adición de las expresiones “SALSAS Y CONSERVAS”, no resulta suficiente para diluir el parecido existente, toda vez que se trata de elementos de carácter explicativos que no tienen la suficiente fuerza distintiva y por lo tanto, la distintividad del signo se mantiene en el vocablo principal CHEVITA, el cual constituye el elemento predominante del signo solicitado.

Desde el punto de vista fonético, al ser pronunciadas las denominaciones en conflicto, se advierte que producen un impacto sonoro altamente similar, dado que comparten la misma secuencia inicial “CHA/CHE”, una estructura seguida del sufijo “ITA” y un ritmo de pronunciación similar, puesto que las diferencias radican en la consonante intermedia, la cual no alteran sustancialmente su pronunciación.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0079905

conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 30: Salsa comestible; salsa para alitas de pollo; salsa para tacos; salsas a base de ajo; salsas a base de mayonesa; salsa [salsas picantes]; salsas [condimentos]; salsas para arroz; salsas para carne de pollo; salsas para carnes a la parrilla; salsas para cocinar; salsas para espaguetis; salsas para pastas alimenticias; salsas para pescado; salsas para pizzas; salsas para rociar usadas en la carne para la parrilla; salsas para rociar utilizadas en la carne para el asado; salsas par rociar; salsas picantes; salsas saladas.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 14225821

Clase 43: Servicios de restauración (alimentación).

Expediente 03099637

Clase 30: Harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería, buñuelos, natilla, fecula de maiz. marca cancelada parcialmente mediante resolución 46046 de 2010.

Expediente 03100687

Clase 30: Cafe, te, cacao, azucar, arroz, tapioca, sagu, sucedaneos del cafe; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias, hielo.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 internacional de los expedientes 03099637 y 03100687 – Criterio de razonabilidad

Esta Dirección encuentra que los productos que el signo solicitado pretende distinguir en la clase 30, tales como *“salsa comestible”*, *“salsas [condimentos]”*, *“salsas picantes”*, *“salsas para pastas alimenticias”* y *“salsas para pizzas”*, entre otros, se ubican dentro del mismo sector en el que se encuentran los productos de las marcas previamente registradas, entre ellos *“harinas y preparaciones hechas de cereales”*, *“pan”*, *“pastelería”*, *“arroz”*, *“sal”*, *“mostaza”*, *“vinagre”*, *“salsas (condimentos)”* y *“especias”*.

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° SD2025/0079905

Al verificar las coberturas de los signos confrontados, es posible que tales productos sean ofrecidos por un mismo empresario, especialmente cuando se trata de líneas de productos alimenticios que pueden comercializarse bajo una misma identidad de marca dentro de supermercados, tiendas de abarrotes y grandes superficies. Lo anterior, máxime cuando se trata de bienes ubicados en sectores afines y estrechamente relacionados dentro de la industria de alimentos procesados y condimentos.

En tal sentido, el público consumidor, al momento de adquirir u observar las “*salsas [condimentos]*”, “*salsas picantes*” o “*salsas para pastas alimenticias*” del signo solicitado junto a productos como “*harinas y preparaciones hechas de cereales*”, “*pan*”, “*arroz*”, “*salsas (condimentos)*” y “*especias*” amparados por las marcas previamente registradas, puede asumir equivocadamente que hacen parte del mismo origen empresarial, considerando la coincidencia en los canales de comercialización y el hecho de que se ponen a disposición del consumidor en los mismos establecimientos de venta de alimentos.

Ante estas circunstancias, atendiendo al criterio de razonabilidad y a las prácticas habituales del mercado, existe conexidad competitiva entre los productos confrontados, generándose un riesgo de confusión o de asociación respecto de su origen empresarial.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 y los servicios de la clase 43 internacional del expediente 14225821 – Criterio de razonabilidad

Esta Dirección también observa que los productos que el signo solicitado pretende distinguir en la clase 30, tales como “*salsa comestible*”, “*salsas [condimentos]*”, “*salsas picantes*”, “*salsas para carne de pollo*”, “*salsas para pizzas*” y “*salsas para pastas alimenticias*”, presentan una relación directa con los “*servicios de restauración (alimentación)*” protegidos en la clase 43 por el expediente traído a colación.

En el sector gastronómico, resulta habitual que establecimientos dedicados a la restauración desarrollen y comercialicen sus propias líneas de salsas y condimentos, ya sea para su uso en el servicio ofrecido al público o para su venta directa bajo la misma marca. Esta práctica empresarial, ampliamente extendida en el mercado, evidencia que tales productos y servicios pueden provenir de un mismo empresario.

De igual manera, los productos y servicios confrontados presentan canales de comercialización coincidentes, en tanto las salsas y condimentos se comercializan en supermercados, tiendas especializadas o incluso en los propios establecimientos de comida, dirigidos al mismo público consumidor interesado en experiencias gastronómicas específicas.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0079905

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Chevita Salsas y conservas artesanales (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Maradey Mercedes Arias Mendoza, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Maradey Mercedes Arias Mendoza, 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 5 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **30:** Salsa comestible; salsa para alitas de pollo; salsa para tacos; salsas a base de ajo; salsas a base de mayonesa; salsa [salsas picantes]; salsas [condimentos]; salsas para arroz; salsas para carne de pollo; salsas para carnes a la parrilla; salsas para cocinar; salsas para espaguetis; salsas para pastas alimenticias; salsas para pescado; salsas para pizzas; salsas para rociar usadas en la carne para la parrilla; salsas para rociar utilizadas en la carne para el asado; salsas par rociar; salsas picantes; salsas saladas.