

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 16885

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

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 día 17 de febrero de 2025, la sociedad **Integrativa Agropecuaria S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **100% (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075 del 8 de agosto de 2025, la sociedad **Incubadora Santander S.A.**, presentó oposición con fundamento en las causales de irregistrabilidad contenidas en los literales b), e) e i) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“Para el registro de una marca y/o lema comercial se debe establecer el cumplimiento de los requisitos de registrabilidad con el fin de determinar: (I) si el signo puede distinguir suficientemente productos y/o servicios, (II) si es susceptible de representación gráfica, y (III) si no está incurso en alguna de las causales de irregistrabilidad establecidas por la ley.

Si bien la marca comercial podría ser susceptible de representación gráfica, existen causales en la ley que expresan taxativamente las prohibiciones para el registro del signo solicitado, ya que, de hacerse, se estaría apropiando el solicitante de elementos y expresiones no distintivos, genéricas, descriptivas e incluso engañosas. Otorgar un derecho de uso exclusivo al solicitante sobre la expresión “100%”, implicaría limitar el ejercicio de dicha expresión en el comercio, afectando a empresas del mismo sector económico y generándose una desventaja desproporcionada.

También, se debe precisar que la expresión nominativa puede llegar a inducir al consumidor, a un engaño pleno de las cualidades y características del producto y/o servicio a prestar. ¿Por qué podría afirmarse que se trata de un producto que goza de la cualidad de ser 100%? ¿A qué se hace referencia con dicha expresión? Las expresiones nominativas de la marca comercial de la referencia, llevan a la confusión sobre la calidad del producto y a un engaño en la percepción del consumidor.

Por todo lo anterior, no puede considerarse una marca comercial que goce de suficiente distintividad, en la medida en que irrumpe con los elementos de registrabilidad de las marcas y/o lemas comerciales.

(...)

La expresión nominativa de la marca en referencia, no individualiza ni diferencia el signo de otros competidores del mercado. Las partículas más representativas de la marca en mención, a saber, “100%” con la figura de dos huevos y el torso de una gallina, son de uso general en el sector de alimentos y especial en el sector avícola, por lo que pretender su exclusividad a través de la solicitud de registro, es ir en contra

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

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

de los lineamientos normativos al respecto. Además, su estructura figurativa no es lo suficiente distintiva, ya que hace alusión a dos huevos principalmente, elementos básicos dentro del sector avícola, que no generan recordación en el consumidor medio de huevos en Colombia:



Elementos figurativos solicitud marca “100%”

(...)

Dicho esto, resulta procedente realizar la aplicación del método establecido por el Tribunal Andino de Justicia, para determinar si la marca y/o lema comercial en efecto resulta descriptivo o no. Ante esto, deberá preguntarse ¿Cómo es el producto y/o servicio que se pretende distinguir con la marca y/o lema a registrar?, teniendo en cuenta la Clasificación de Niza para la cual se pretende registrar la marca y/o lema comercial, y los elementos nominativos claramente descriptivos, se puede concluir que los productos que el solicitante pretende distinguir son: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles; preparaciones derivadas de huevo; huevo de granja; huevo de gallina fuera de jaula. Son productos que apuntan a las cualidades, características y demás atribuciones organolépticas que parecen ser extraordinarias y no equiparables con ningún otro producto en el mercado.

Resulta entonces completamente descriptivo, indicar que un producto es 100%, ya que es ésta la respuesta que surge a la pregunta: ¿Cómo es el producto?. La denominación de la marca apunta a ser completamente descriptiva y por lo tanto, a ser un signo no registrable por la comunidad andina.

(...)

Dicho esto, resulta evidente la naturaleza descriptiva de la marca comercial al contener la expresión “100%” y reivindicarlo como signo distintivo. El calificativo del signo en este caso, es 100% que logra enviar un mensaje de superioridad, preponderancia y ventaja sobre el producto a identificar . Todo ello, no sólo genera un signo completamente descriptivo, sino que abiertamente engañoso, al pretender exaltar supuestas cualidades que quizás no hagan parte de tales productos.

(...)

Resulta entonces engañoso, por lo menos inexacto para el público consumidor incluir en el signo distintivo la partícula “100%”, cuya intención no es más sino expresar que el producto goza de cualidades extraordinarias, ya que ésta se acompaña de elementos de orden figurativo relacionados con los huevos y una gallina. Lo anterior conforme a la definición aplicable del sentido de tal expresión, a saber:

El significado de la expresión CIENTO POR CIENTO (100%) hace referencia a:

cien por cien

1. loc. adv. En su totalidad, del principio al fin.

(Real Academia de la Lengua Española, 2025)

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

Como se observa, la palabra 100% y bajo el contexto de productos del sector avícola, hace referencia a productos cuyos componentes logran generar la sensación de bienestar absoluto, que puede ser traducido en calidad plena, lo cual es completamente subjetivo e intangible, más cuando se indica que el producto es ciento por ciento. En este sentido, la expresión “100%” no sólo es descriptiva, sino abiertamente engañosa, pretende imponer cualidades no verificables del producto a identificar, haciendo alusión a elementos que no son comprobables y que llevan al consumidor a una plena confusión de los productos que buscan adquirir.

En conclusión, sobre el presente aparte, la inclusión de la partícula “100%” en el conjunto marcario objeto de oposición, realiza una indicación relacionada con las cualidades y condiciones de los productos a identificar, y por ende en la designación de una característica no comprobable sobre los productos a distinguir en cuanto a su condición de “100%”.

(...)

Y en conclusión, al analizar la marca comercial en cuestión, se puede afirmar que este se constituye en elementos meramente descriptivos tal como pretende hacerlo valer el solicitante, al reivindicar y pretender exclusividad sobre dichas expresiones (100%, figura de dos huevos y el torso de una gallina) de uso común, descriptivas, siendo en todo caso en una expresión que hace referencia a las calidades del producto, y de constituirse engañosas frente al producto a distinguir.

De acuerdo con lo anterior, es que nuevamente solicitamos respetuosamente no se conceda protección de la marca comercial: “100%”, por considerar que contraviene disposiciones sustanciales de la Decisión Andina 486 de 2000, específicamente los literales b) e) é i) del artículo 135.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **Integrativa Agropecuaria S.A.S.**, no dio respuesta a la oposición.

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 todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 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 b) del artículo 135 de la Decisión 486

“No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad”.

Concepto de la norma

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *“el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y*

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores².

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *“la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella³”.*

El tribunal distingue tanto *“una capacidad distintiva “intrínseca” como una capacidad distintiva “extrínseca”, la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos⁴”.*

Literal e) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

e) consistan exclusivamente en un signo o indicación que pueda servir en el comercio para describir la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción u otros datos, características o informaciones de los productos o de los servicios para los cuales ha de usarse dicho signo o indicación, incluidas las expresiones laudatorias referidas a esos productos o servicios.

Concepto de la norma

El Tribunal Andino de Justicia ha definido a los signos descriptivos como “aquellos que de alguna manera “informan” a los consumidores o usuarios acerca de las características, funciones, ingredientes, tamaño, calidad, valor u otras propiedades del producto o servicio que la marca solicitada pretende proteger⁵. El signo que indique cualquiera de tales aspectos relacionados con los productos o servicios a distinguir será descriptivo. Así, vistos los signos descriptivos, referidos a la información de características o cualidades de los productos que se pretenden identificar, responden la pregunta “¿cómo es?”⁶.”

No obstante lo anterior, hay que indicar que la irregistrabilidad de marcas por descriptividad se aplica a signos que consistan “exclusivamente” en un término o indicación descriptiva, lo cual permite que un signo constituido por una denominación evocativa, compuesta por términos que en forma individual sean genéricos, comunes o descriptivos, pero que tenga suficiente fuerza distintiva para diferenciar un producto de otros, pueda ser registrado como marca, puesto que, conforme lo ha señalado la doctrina y la jurisprudencia, es aceptable *“la inscripción de signos complejos o compuestos por*

²Proceso 126-IP-2005. Interpretación prejudicial de los artículos 134 y 136, literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la consulta formulada por el Consejo de Estado de la República de Colombia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Expediente Interno N° 2002-00339. Actor: BRITISH AMERICAN TOBACCO COMPANY LIMITED. Marca mixta: “MARINE EXTRA SUAVE”.

³Op. Cit.

⁴Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 76-IP-2007 Interpretación prejudicial de los artículos 134, 135 literal j), 136 literal a), 201, 203 y 212 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, conforme a la solicitud presentada por la Segunda Sala del Tribunal Distrital N° 1 de lo Contencioso Administrativo de Quito de la República del Ecuador, e interpretación de oficio de los 135 literal k) y l), 146, 148, 150, 214, 218 y 219 de la misma Decisión. Signo: TEQUILA. Actor: TEQUILA CUERVO S.A. DE C.V. Proceso interno N° 10516 LYM.

⁵ Tribunal Andino de Justicia, Interpretación Prejudicial, Proceso 14-IP-96,

⁶ Tribunal Andino de Justicia, Interpretación Prejudicial, Proceso 59-IP-2004.

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

nombres genéricos o descriptivos [...] siempre y cuando guarden la condición de distintivos frente a los productos que han de protegerse por la marca⁷.

Para determinar si una marca es descriptiva es preciso relacionar el signo solicitado con los productos o servicios a distinguir, si se sugiere una cualidad o característica esencial de los mismos existe la imposibilidad de acceder al registro. De igual forma, si se indica la procedencia, cantidad, el destino u otros datos o informaciones primarias, determinando que el consumidor al estar frente a dicha expresión asocie directamente dichos productos o servicios, estaremos ante una expresión descriptiva incapaz de identificar un origen empresarial determinado⁸.

Descriptividad en virtud de la calidad del producto o servicio

Los signos descriptivos que sirvan o puedan servir en el comercio para designar la calidad del producto o servicio, son aquellos que presentan alguna propiedad o un conjunto de propiedades inherentes al producto/servicio que identifican. “Deberán considerarse como indicaciones descriptivas de la calidad las palabras “excelente”, “supremo”, “extraordinario”, “ideal”, “mejor”, y otras equivalentes. Estos adjetivos no pueden ser monopolizados a título de marca en relación con ninguna clase de productos o servicios⁹. Antes al contrario, éstas y cualesquiera indicaciones relativas a la calidad de los productos o de los servicios deben permanecer a la libre disposición de todos los empresarios. Por este motivo hay que descartar *prima facie* la posibilidad de que una indicación descriptiva de la calidad pueda ser registrada como marca¹⁰”.

Descriptividad en virtud de la cantidad del producto o servicio

“Dentro de las indicaciones descriptivas en virtud de la cantidad, se encuentran las palabras docena, decena, centena, metro, gramo, kilo, litro, etc., o sus correspondientes abreviaturas; las cuales no podrán registrarse como marca. Ni siquiera en el hipotético supuesto de que el solicitante de una marca consistente en una indicación descriptiva de la cantidad acreditara el carácter distintivo de la misma, basado en el uso, debería tener acceso al Registro de marcas tal indicación. La razón de ello es que las indicaciones descriptivas de la cantidad, el peso o el volumen, deben permanecer disponibles para que puedan ser libremente utilizadas por todos los empresarios. Podrán, en cambio, ser registradas como marcas las indicaciones descriptivas del peso, la dimensión o el volumen que tengan carácter histórico, siempre que las mismas hayan dejado de utilizarse en el comercio y su significado descriptivo se haya borrado en la mente de los consumidores¹¹”.

Descriptividad en virtud del destino del producto o servicio

Los signos descriptivos que sirvan o puedan servir en el comercio para designar el destino del producto o servicio, son aquellos que informan acerca del modo y tiempo adecuado para usar o consumir los correspondientes productos. “Como por ejemplo expresiones

⁷ Tribunal Andino de Justicia, Interpretación Prejudicial, Proceso 33-IP-1995.

⁸ Tribunal Andino de Justicia, Interpretación Prejudicial, Proceso 27-IP-1995, de 25 de Octubre de 1996, Marca EXCLUSIVA: “Tanto en el caso de los signos genéricos como o descriptivos para que rija la prohibición, debe existir una relación directa o conexión entre la denominación y el producto que distingue. Evade la prohibición el hecho de que la designación no tenga vinculación con el objeto en sí mismo y con sus características esenciales. Así, silla pueda ser utilizada para vehículos pero no para muebles, por ser genérico de éstos; “frío” podría emplearse para caramelos pero no para hielo, por denotar la descripción esencial de éste”.

⁹ “Cabe afirmar, por tanto, que en la hipótesis de las indicaciones descriptivas de la calidad se debilita y llega casi a desaparecer la conexión entre la indicación descriptiva y los productos o servicios a lo que pretende aplicarse.” Carlos Fernández-Nóvoa. “Tratado sobre Derecho de Marcas”. Marcial Pons. Segunda Edición. Madrid. 2004. Pág. 189.

¹⁰ Carlos Fernández-Nóvoa. “Tratado sobre Derecho de Marcas”. Marcial Pons. Segunda Edición. Madrid. 2004. Pág. 189.

¹¹ Carlos Fernández-Nóvoa. “Tratado sobre Derecho de Marcas”. Marcial Pons. Segunda Edición. Madrid. 2004. Pág. 189.

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

inglesas como “After Dinner”, en relación con cigarros, y “After Shave”, con respecto a una loción para ser aplicada después del afeitado. La inscripción como marca de indicaciones concernientes al destino de los productos invocando la notoriedad de las mismas, en virtud del uso efectuado por el solicitante, tropezará casi siempre con obstáculos prácticamente insuperables, porque el monopolio marcario sobre una indicación descriptiva del destino del producto limitaría muy sensiblemente el desarrollo de las actividades de los empresarios del sector¹²”.

Descriptividad en virtud del valor del producto o servicio

Las indicaciones descriptivas en virtud del producto o servicio comprenden, ante todo, “las expresiones que con carácter general denotan la valoración que debe asignarse a un producto o servicio con respecto a los restantes: por ejemplo, las expresiones “caro”, “barato”, “económico”, “original”, “auténtico”, etc. Dentro de este grupo de indicaciones ocupan un lugar destacado las relativas al precio de los productos o servicios; particularmente, las denominaciones de las unidades monetarias (“libra esterlina”, “dólar”, “euro”, etc.). Fuera del ámbito de la subprohibición expuesta hay que situar, en cambio, los nombres de las unidades monetarias históricas y actualmente en desuso (“onza”, “doblón”, etc.). También son prácticamente infranqueables los obstáculos que para un monopolio marcario se derivan de la necesidad de mantener libremente disponibles a favor de la totalidad de los empresarios las indicaciones descriptivas del valor de los productos o servicios¹³”.

Descriptividad en virtud del origen del producto o servicio

“La solicitud de una marca consistente en un nombre o signo geográfico puede tropezar con obstáculos difícilmente superables, (...) en la medida en que deberá, en efecto, vedarse el acceso al Registro de marcas a los nombres de regiones o localidades que sean conocidas por el público como indicaciones que denotan el origen geográfico de los correspondientes productos o servicios. Si los consumidores enlazan el nombre de una localidad o región con los productos o servicios a los que pretende aplicarse la marca constituida por tal nombre geográfico, la marca deberá denegarse porque este nombre debe permanecer a la libre disposición de todos los empresarios del ramo que estén asentados en la correspondiente localidad o zona¹⁴”.

Descriptividad en virtud de las características del producto o servicio

“Será suficiente alegar y demostrar que la denominación o el signo solicitado como marca puede servir en el comercio para indicar cualquier característica del producto o servicio, para que la misma sea considerada un signo descriptivo¹⁵”.

Literal i) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

i) puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate.

¹² Carlos Fernández-Nóvoa. “Tratado sobre Derecho de Marcas”. Marcial Pons. Segunda Edición. Madrid. 2004. Pág. 190.

¹³ Carlos Fernández-Nóvoa. “Tratado sobre Derecho de Marcas”. Marcial Pons. Segunda Edición. Madrid. 2004. Pág. 190.

¹⁴ Carlos Fernández-Nóvoa. “Tratado sobre Derecho de Marcas”. Marcial Pons. Segunda Edición. Madrid. 2004. Pág. 192.

¹⁵ Carlos Fernández-Nóvoa. “Tratado sobre Derecho de Marcas”. Marcial Pons. Segunda Edición. Madrid. 2004. Pág. 191.

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

Concepto de la norma

Debe entenderse que existe engaño cuando el signo genera en la mente del consumidor una distorsión de la realidad respecto de las características del producto o servicio distinguido, siendo entonces necesario proceder a la protección del interés general del público consumidor negando la protección sobre este tipo de conjuntos marcarios.¹⁶

Así las cosas, para determinar si una marca es engañosa, es preciso relacionar el signo solicitado con los productos o servicios a distinguir, apreciar esta relación que surge entre el signo y los productos o servicios, para concluir si la información otorgada por la marca genera algún tipo de incongruencia o engaño que pueda afectar al consumidor. Es decir, se pretende que el consumidor confíe en que la información que le proporciona la marca sea correcta y no lo induzca a error sobre la calidad, composición, procedencia o aptitud para el empleo de los productos o servicios que va a consumir.

En consecuencia, la marca será engañosa cuando informe una cantidad o una naturaleza que no posee pero que sea precisamente la que atrae al consumidor. Por lo tanto, será entonces fundamental ubicar muy bien el tipo de producto al que se aplica la marca para poder lograr identificar cuál o cuáles son las características que inciden en su calidad y por las cuales el consumidor lo adquiere.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:



El cual pretende identificar los siguientes productos de la Clasificación Internacional de Niza:

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

Análisis de la causal de irregistrabilidad contenida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486.

Frente a lo relacionado con la distintividad de un signo se puede observar que esta tiene un doble aspecto:

- 1) **Distintividad intrínseca o en abstracto**, la cual supone que el signo cuyo registro se solicite sea apto para identificar productos o servicios, independientemente de la clase a la que pertenezca este tipo de distintividad se encuentra regulada en el

¹⁶ TJCA, Proceso 35-IP- 98

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

artículo 135 literal a) de la Decisión 486.

- 2) **Distintividad extrínseca o en concreto**, la cual además de exigir que el signo contenga distintividad intrínseca, requiere que éste sea capaz de diferenciar el producto o servicio de otros de la misma clase, y se encuentra recogida en el artículo 135 literal b) de la normativa en mención.

Por lo tanto, en este caso se debe analizar en primer lugar si el signo solicitado **100% (Mixto)** tiene aptitud distintiva en abstracto y, de ser así, debe evaluar si posee aptitud distintiva en concreto respecto de los productos que pretende distinguir en la Clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza. Esto dependerá, entre otros factores, de la aleatoriedad o estilización de la letra, de la mayor relevancia de los elementos gráficos del signo, de la existencia de otros signos que utilicen las mismas expresiones como signo distintivo.

Así las cosas, el signo solicitado **100% (Mixto)** visto por forma separada se compone por expresiones de uso común y/o evocativas, las cuales pueden ser consideradas débiles en relación con los productos pretendidos a registro. Sin embargo, al realizar el análisis siguiendo los parámetros expuestos por la jurisprudencia, esto es en conjunto como una unidad, esta Dirección considera que la marca pretendida a registro ostenta la distintividad intrínseca necesaria que la hace apta para distinguir productos incluidos en la Clase 29 Internacional tales como “Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles; preparaciones derivadas de huevo; huevo de granja; huevo de gallina fuera de jaula”.

Frente a la distintividad, como elemento de la esencia de los signos distintivos, la Superintendencia de Industria y Comercio ha manifestado que:

“(...) la distintividad de un marca -además de ser su característica esencial- tiene como objeto otorgarle identidad a un signo para poder ser diferenciado e individualizado frente a otros. Dicha finalidad, tiene como efecto la posibilidad de que el consumidor pueda establecer claramente, dentro del mercado, cuál es la procedencia empresarial de cada uno de los servicios ofrecidos y como ella, la facultad para adquirirlos de acuerdo con la marca que le represente la maximización de su utilidad. Así, aunque las expresiones pretendidas a registro no designen el servicio mismo o sus características, intrínsecamente no podrían vincular al consumidor/usuario con un origen empresarial determinado, pues, al coincidir con la denominación que define al signo distintivo como tal, carece de la capacidad de generar una percepción como signo distintivo¹⁷”.

Entonces, el signo objeto de análisis resulta ser distintivo, en la medida en que se crea un término y concepto nuevo a partir de la conjugación nueva de elementos de uso común vistos por forma separada, los cuales vistos en conjunto y como un único término permite atribuir fácilmente un origen empresarial determinado. En este orden de ideas, el público que adquiere dichos productos lograría asociarlo a un origen empresarial determinado.

Finalmente, es importante aclarar que, la concesión del signo se realizará en conjunto, por lo que el derecho de exclusividad sobre la marca **100% (Mixta)** será sobre todos los

¹⁷ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Superintendencia de Industria y Comercio. Ref. Expediente No. 08-99314. Por medio del cual se resuelve un recurso de apelación. Signo Distintivo: GANAS PORQUE GANAS, Titular: Asociación Gremial de Instituciones Financieras.

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

elementos que conforman la marca, por lo que se excluye el derecho de exclusividad sobre la expresión 100% aisladamente considerado.

Análisis de la causal de irregistrabilidad contenida en el literal e) del artículo 135 de la Decisión 486.

Como ya se ha expuesto, los signos descriptivos son aquellos que se encargan de informarles a los consumidores, de manera exclusiva, las características y propiedades de los productos o servicios que pretenden identificar.

En el caso en particular, el signo solicitado a registro comprendido por la expresión **100% (Mixto)**, no refiere de forma directa al consumidor las características y/o cualidades de los productos incluidos en la Clase 29 Internacional. En efecto, la expresión **100% (Mixto)** no hace referencia de forma directa a aquello perteneciente o relativo a los productos tales como *“Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles; preparaciones derivadas de huevo; huevo de granja; huevo de gallina fuera de jaula”*.

Si bien el signo solicitado puede evocar determinada idea en concreto que se puede relacionar con los productos pretendidos a registro, es claro que esta idea no describe de forma directa las características y cualidades propias de este tipo de productos, por lo que el público consumidor requerirá de un ejercicio deductivo más elaborado para asociar el concepto de la marca pretendida a registro con las características y cualidades de los productos identificados, sustentado en la disposición particular de las denominaciones que le imprime la fuerza distintiva que requiere el signo.

Por lo anterior, esta Dirección concluye que el signo cuyo registro se solicita **100% (Mixto)** posee la función distintiva requerida ya que no se refiere a aspectos comunes y básicos de los productos ofrecidos en el mercado.

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal i) del artículo 135 de la Decisión 486.

De acuerdo con lo anterior, esta Dirección encuentra que, el signo solicitado a registro en virtud a los productos descritos en su cobertura no es susceptible de generar engaño en el consumidor, por cuanto la denominación pretendida a registro no distorsiona de la realidad respecto de las características de los productos distinguidos. En efecto, la inclusión de la expresión **100%**, más que engañoso, es una expresión que eventualmente podría evocar determinadas características y cualidades de los productos que pretende distinguir, pero no de forma directa como lo pretendió hacer ver la sociedad opositora, razón por la cual éste no refiere características que informen erróneamente sobre los artículos con él se reivindican.

En consecuencia, el signo solicitado a registro no resulta engañoso en los términos de la causal aludida; en la medida en que no atenta contra las condiciones de veracidad impuestas en el tráfico mercantil y no informa necesariamente a los consumidores erróneamente sobre los artículos y servicios con él se buscan distinguir.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en las causales de irregistrabilidad establecidas en el artículo 135 literales b), e) e i) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Incubadora Santander S.A.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **100% (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

Pantone: 382c

Pantone: 144c

Pantone: 100c

#B61F24

Limitación al alcance del derecho:

No se otorga derecho de exclusividad sobre la expresión “100%” aisladamente considerada sino sobre el conjunto marcario nominativo gráfico.

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

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

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Integrativa Agropecuaria S.A.S.
Bodega Estación Uribe Vereda Alto Tablazo
Manizales Caldas
Colombia

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **Integrativa Agropecuaria S.A.S.**, solicitante del registro y a la sociedad **Incubadora Santander S.A.**, 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.

Resolución N° 16885

Ref. Expediente N° SD2025/0012866

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 10 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS