

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 17031

Ref. Expediente N° SD2025/0089225

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 3 de septiembre de 2025, DIEGO LEON GOMEZ GIRALDO, solicitó el registro de la Marca **LA CAMELIA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1083, 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 el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ **43:** Servicios de cafés-restaurantes y cafeterías; servicios de cafeterías; servicios de restauración [alimentos y bebidas]; servicios de restaurantes de comida para llevar; servicios de decoración de pasteles por encargo.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

Ref. Expediente N° SD2025/0089225

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	LAS CAMELIAS	VASQUEZ E HIJOS Y CIA S. EN C. S.	16151559	10	43	Marca	Registrada	10 abril 2028
Mixta	LAS CAMELIAS	VASQUEZ E HIJOS Y CIA S. EN C. S.	SD2022/0031083	11	43	Marca	Registrada	02 junio 2033
Mixta	LAS CAMELIAS	VASQUEZ E HIJOS Y CIA S. EN C. S.	SD2023/0067276	12	41, 43	Marca	Registrada	17 diciembre 2034
Mixta	LC LAS CAMELIAS	VASQUEZ E HIJOS Y CIA S. EN C. S.	SD2023/0067288	12	41, 43	Marca	Registrada	17 diciembre 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0089225

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

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, al realizar el análisis comparativo entre el signo solicitado **LA CAMELIA** y las marcas antecedentes **LAS CAMELIAS** y **LC LAS CAMELIAS**, advierte una similitud conceptual derivada de la coincidencia en el término “CAMELIA(S)”, que hace referencia a la misma flor ornamental conocida por ese nombre⁴. En todas las denominaciones, dicho elemento constituye el eje semántico principal, manteniéndose inalterado el significado aun cuando se presente en singular o plural.

⁴ <https://dle.rae.es/camelia>



Ref. Expediente N° SD2025/0089225

En este sentido, los elementos adicionales presentes en las marcas antecedentes, así como los elementos gráficos presentes en los signos cotejados, no resultan suficientes para alterar o diferenciar el contenido conceptual que comparten las denominaciones enfrentadas.

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/o 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 conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 43: Servicios de cafés-restaurantes y cafeterías; servicios de cafeterías; servicios de restauración [alimentos y bebidas]; servicios de restaurantes de comida para llevar; servicios de decoración de pasteles por encargo.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 16151559, clase 43: Hospedaje temporal.

Expediente SD2022/0031083, clase 43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal; Servicios de hotel, restaurante, cafetería y bar; servicios de hoteles de vacaciones; servicios de alojamiento en complejos turísticos; servicios de complejos turísticos; servicios de alojamiento en centros turísticos; Servicios de restauración (alimentación) y catering para eventos deportivos, conciertos, convenciones y exposiciones; prestación de servicios de restaurantes; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicio de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; servicios de agencias de reserva de restaurantes; servicios de cafés y restaurantes; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars].

Expediente SD2023/0067276, clase 43: Servicios de hospedaje temporal; Servicios de hotel; servicios de hoteles de vacaciones; servicios de alojamiento en complejos turísticos; servicios de complejos turísticos; servicios de alojamiento en centros turísticos; reserva de alojamiento en hoteles; servicios de alojamiento en hoteles; servicios hoteleros

⁵ 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 (dentrífico) 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° SD2025/0089225

destinados a clientes preferentes; alojamientos de vacaciones; servicios de hoteles de vacaciones; servicios de restauración (alimentación); restaurante, cafetería y bar; servicios de restauración (alimentación) y catering para eventos deportivos, conciertos, convenciones y exposiciones; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicios de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de restauración (alimentación) y catering para eventos deportivos, conciertos, convenciones y exposiciones; alquiler de salas para ceremonias, conferencias, convenciones, exposiciones, seminarios y reuniones; puesta a disposición de instalaciones para celebrar convenciones; puesta a disposición de instalaciones para convenciones; puesta a disposición de centros de exposiciones en hoteles.

SD2023/0067288, clase 43: Servicios de hospedaje temporal, Servicios de hotel, servicios de hoteles de vacaciones, servicios de alojamiento en complejos turísticos, servicios de complejos turísticos, servicios de alojamiento en centros turísticos, reserva de alojamiento en hoteles, servicios de alojamiento en hoteles, servicios hoteleros destinados a clientes preferentes, alojamientos de vacaciones, servicios de hoteles de vacaciones, servicios de restauración (alimentación), restaurante, cafetería y bar, servicios de restauración (alimentación) y catering para eventos deportivos, conciertos, convenciones y exposiciones, servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares, servicios de comidas rápidas [snack-bars], servicios de restauración (alimentación) y catering para eventos deportivos, conciertos, convenciones y exposiciones, alquiler de salas para ceremonias, conferencias, convenciones, exposiciones, seminarios y reuniones, puesta a disposición de instalaciones para celebrar convenciones, puesta a disposición de instalaciones para convenciones, puesta a disposición de centros de exposiciones en hoteles.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 43 de los signos cotejados (Criterio de identidad)

Esta Dirección, al realizar el análisis de conexidad competitiva, observa que existe identidad entre algunos de los servicios comprendidos en el signo solicitado en la **clase 43**, tales como servicios de cafés-restaurantes y cafeterías, servicios de cafeterías, servicios de restauración [alimentos y bebidas] y servicios de restaurantes de comida para llevar, frente a los servicios protegidos por las marcas registradas, que incluyen servicios de restauración (alimentación), restaurante, cafetería y bar, servicios de comidas rápidas [snack-bars], así como servicios de comidas y bebidas en restaurantes y bares.

En efecto, estos servicios coinciden directamente en cuanto a su naturaleza y finalidad, ya que en ambos casos se trata de servicios destinados a la preparación, suministro y expendio de alimentos y bebidas para consumo del público, prestados en establecimientos gastronómicos como restaurantes, cafeterías o bares.

En consecuencia, al existir identidad entre los servicios confrontados dentro de la misma clase 43, esta Dirección considera que, el consumidor podría asumir que tales servicios provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, generándose así un riesgo de confusión o asociación en el mercado.

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.

Resolución N° 17031

Ref. Expediente N° SD2025/0089225

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **LA CAMELIA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por DIEGO LEON GOMEZ GIRALDO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a DIEGO LEON GOMEZ GIRALDO, 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 10 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 43: Servicios de cafés-restaurantes y cafeterías; servicios de cafeterías; servicios de restauración [alimentos y bebidas]; servicios de restaurantes de comida para llevar; servicios de decoración de pasteles por encargo.