

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 19669

Ref. Expediente N° SD2025/0094784

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 19 de septiembre de 2025, HUMMANUS S.A.S, solicitó el registro de la Marca **Yatto** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 29, 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, 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 **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.

30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

43: Servicios de restauración (alimentación).

Ref. Expediente N° SD2025/0094784

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
Nominativa	YACO	SAUL DAVID RUDAS RUEALES	SD2025/0000880	12	32	Marca	Registrada	28 octubre 2035
Nominativa	CATTO	INVER HOUSE DISTILLERS LIMITED.	9220077533	7	33	Marca	Registrada	26 diciembre 2030

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° SD2025/0094784

El signo solicitado	Las marcas registradas
	YACO CATTO

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección, al realizar el análisis comparativo entre el signo solicitado **YATTO** y la marca antecedente **YACO**, advierte una similitud ortográfica y fonética derivada de la coincidencia en la secuencia “YA-O”, que se reproduce en ambas denominaciones y genera una cercanía visual. De igual manera, los signos presentan una estructura breve y una configuración de letras similar, lo que produce una apariencia general cercana por cuanto solo se reemplazan las letras “TT” del signo solicitado por la “C” de la marca antecedente. Desde el punto de vista fonético, ambos términos comparten una candencia semejante y un ritmo de pronunciación similar, lo que genera una proximidad en el sonido de las denominaciones.

De igual forma, esta Dirección, al realizar el análisis comparativo entre el signo solicitado **YATTO** y la marca antecedente **CATTO**, identifica una similitud ortográfica y fonética derivada de la coincidencia en la terminación “ATTO”, que se reproduce en ambas



Ref. Expediente N° SD2025/0094784

denominaciones y genera una proximidad relevante en su estructura. Asimismo, ambos signos presentan una longitud y configuración de letras muy parecida, donde solo se reemplaza la “Y” por la “C”. Desde el punto de vista fonético, la coincidencia en la mayor parte de la pronunciación del término produce una sonoridad muy cercana en las denominaciones.

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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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.

Clase 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Clase 43: Servicios de restauración (alimentación).

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2025/0000880, clase 32: Agua aromatizada; agua con gas enriquecida con vitaminas [bebidas]; agua de abedul; agua de arce; agua de coco; agua de coco [bebidas]; agua de glaciár; agua de litines; agua de manantial; agua de quinina; agua de seltz; agua embotellada; agua enriquecida con minerales [bebidas]; agua enriquecida con vitaminas [bebidas]; agua enriquecida nutritivamente; agua glacial; agua mineral aromatizada; agua mineral con gas; agua mineral gaseosa; agua mineral gasificada; agua potable; agua potable con vitaminas; agua potable depurada; agua potable destilada; agua potable natural profunda; agua potable purificada; agua que no sea carbonatada; agua sin gas; agua tónica; agua tónica [bebidas no medicinales]; agua tónica de limón;

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° SD2025/0094784

aguas aromatizadas; aguas [bebidas]; aguas carbonatadas; aguas con gas; aguas con gas enriquecidas con vitaminas [bebidas]; aguas de mesa; aguas enriquecidas con elementos nutricionales; aguas enriquecidas con minerales [bebidas]; aguas espumosas; aguas gaseosas; aguas minerales; aguas minerales aromatizadas; aguas minerales [bebidas]; aguas minerales con gas; aguas minerales gaseosas; aguas minerales gasificadas; aguas minerales y carbonatadas; aguas minerales y gaseosas; aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas sin alcohol; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas sin alcohol; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; aguas potables; aguas potables aromatizadas; aguas potables destiladas; aguas que no sean carbonatadas; aguas sin gas; bebidas a base de agua de coco; bebidas a base de agua relictas; bebidas a base de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de jugos de berros de agua; bebidas a base de jugos de mastuerzos de agua; bebidas a base de zumo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de zumos de berros de agua; bebidas a base de zumos de mastuerzos de agua; bebidas de agua de coco; bebidas de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas de zumo de frutas, azúcar y agua; bebidas sin alcohol a base de agua; esencias para elaborar agua mineral aromatizada [no del tipo de los aceites esenciales]; esencias para elaborar aguas minerales aromatizadas, que no sean aceites esenciales; esencias para la elaboración de aguas minerales aromatizadas, excepto aceites esenciales; esencias, que no sean aceites esenciales, para elaborar aguas minerales aromatizadas; esencias, que no sean aceites esenciales, para la elaboración de aguas minerales aromatizadas; jugos de berros de agua [bebidas]; jugos de mastuerzos de agua [bebidas]; polvos para la elaboración de bebidas a base de agua de coco; polvos utilizados en la elaboración de bebidas de agua de coco; preparaciones para elaborar aguas carbonatadas; preparaciones para elaborar aguas gaseosas; preparaciones para la fabricación de agua carbonatada; preparaciones para la fabricación de agua gaseosas; preparaciones para la fabricación de aguas gaseosas por adición de dióxido de carbono; productos para elaborar aguas carbonatadas; productos para elaborar aguas gaseosas; productos para la fabricación de aguas gaseosas por adición de dióxido de carbono; siropes para elaborar aguas minerales aromatizadas; sodas [aguas]; zumos de mastuerzos de agua [bebidas].

Expediente 9220077533, clase 33: Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas).

Conexidad competitiva entre productos de la clase 29 del signo solicitado y productos de la clase 32 de la marca antecedente (Criterio de razonabilidad)

Esta Dirección, al realizar el análisis de conexidad competitiva, encuentra que los productos que pretende amparar el signo solicitado en la **clase 29**, consistentes en 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 y compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles, guardan una relación razonable con los productos protegidos por la marca registrada en la **clase 32**, tales como diferentes tipos de aguas y bebidas no alcohólicas, entre ellas agua embotellada, agua mineral, agua tónica, agua aromatizada y otras bebidas a base de agua.

En efecto, todos se encuentran vinculados con el sector alimenticio y de consumo humano. Estos productos suelen ser ofrecidos de manera conjunta en establecimientos como supermercados, tiendas de alimentos o plataformas de comercio electrónico, donde alimentos y bebidas forman parte de una misma oferta comercial dirigida al público consumidor.

En consecuencia, teniendo en cuenta su cercanía dentro del mercado de productos alimenticios y de bebidas, así como la coincidencia en los canales de comercialización y en el público objetivo, esta Dirección considera que el consumidor medio podría

Ref. Expediente N° SD2025/0094784

razonablemente pensar que estos productos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, generándose así un riesgo de confusión o asociación en el mercado.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 30 del signo solicitado y productos de la clase 32 de la marca antecedente (Criterio de razonabilidad)

Esta Dirección, al realizar el análisis de conexidad competitiva, observa que los productos comprendidos en la **clase 30**, tales como café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal, mostaza, vinagre, salsas, especias e hielo, guardan una relación razonable con los productos protegidos en la **clase 32**, consistentes en diversas bebidas no alcohólicas, especialmente aguas embotelladas, aguas minerales, aguas aromatizadas, aguas tónicas y otras bebidas a base de agua.

Todos hacen parte del ámbito de los alimentos y bebidas destinados al consumo humano. En la práctica comercial, es habitual que estos productos se encuentren asociados dentro de una misma oferta alimentaria, ya que las bebidas de la clase 32 suelen acompañar o complementar el consumo de alimentos y preparaciones alimenticias como las comprendidas en la clase 30.

Por ello, considerando su proximidad dentro del mercado de alimentos y bebidas, así como la coincidencia en canales de distribución y en el público consumidor, esta Dirección estima que el consumidor medio podría razonablemente pensar que estos productos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, configurándose así un posible riesgo de confusión o asociación en el mercado.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 43 del signo solicitado y productos de la clase 33 de la marca antecedente (Criterio de razonabilidad)

Esta Dirección, al realizar el análisis de conexidad competitiva, encuentra que los servicios que pretende amparar el signo solicitado en la **clase 43**, consistentes en servicios de restauración (alimentación), guardan una relación razonable con los productos protegidos por la marca registrada en la **clase 33**, relativos a bebidas alcohólicas, con excepción de cervezas.

En efecto, ambos se encuentran estrechamente vinculados dentro del sector de la gastronomía y el consumo en establecimientos de alimentos y bebidas. En la práctica comercial es habitual que restaurantes, bares y otros establecimientos de restauración ofrezcan dentro de su carta diferentes tipos de bebidas alcohólicas, como vinos, licores o destilados, para acompañar las comidas.

En consecuencia, teniendo en cuenta esta relación funcional y comercial, así como la coincidencia en los espacios de consumo y en el público al que van dirigidos, esta Dirección considera que el consumidor podría razonablemente pensar que los servicios de restauración y las bebidas alcohólicas provienen de un mismo origen empresarial o de empresas, generándose así un posible 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

Ref. Expediente N° SD2025/0094784

en el mercado.

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **Yatto** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por HUMMANUS S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca **Yatto** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por HUMMANUS S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca **Yatto** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por HUMMANUS S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a HUMMANUS S.A.S, 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 QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 19 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **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.

⁶ **30:** Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

⁷ **43:** Servicios de restauración (alimentación).

Ref. Expediente N° SD2025/0094784

