

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 19753

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

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 2 de julio de 2025, **DISTRITO SALVAJE SAS**, solicitó el registro de la Marca **MITICA CERVECERIA** (Mixta) para distinguir 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1074 el 28 de junio de 2025, **CENTRAL CERVECERA DE COLOMBIA S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en el artículo 136, literal a), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“(…)

1. La marca solicitada contiene la palabra *MÍTICA* la cual es idéntica a las contenidas en las solicitudes previas *MÍTICA* y *MÍTICA POR 3 CORDILLERAS* de nuestra representada, configurándose la similitud marcaria, primer supuesto de irregistrabilidad.
2. Existe conexidad competitiva entre los productos identificados por las marcas en comparación, donde se configuran dos criterios desarrollados por el TJCA para acreditar una vinculación competitiva. Así se configura el segundo supuesto de irregistrabilidad.
3. Dada la evidente similitud existente entre las marcas cotejadas, en el presente caso deberá aplicarse el principio de interdependencia.

III. FUNDAMENTOS DE LA OPOSICIÓN

3.1 El signo solicitado “*MÍTICA CERVECERÍA*” (mixto) reproduce en su totalidad el único elemento de la solicitud de marca “*MÍTICA*”, y la expresión contenida en la solicitud de marca “*MÍTICA POR 3 CORDILLERAS*”, configurándose el primer supuesto de irregistrabilidad: la similitud marcaria

El primer supuesto para dar aplicación a la causal de irregistrabilidad invocada consiste en demostrar la similitud entre los signos comparados, bajo los parámetros establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA).

En el signo solicitado, su componente nominativo es el predominante:

(…)

“En el análisis de signos mixtos se deberá determinar qué elemento sea denominativo o gráfico— penetra con mayor profundidad en la mente del consumidor. Así, la

¹ 43: Servicio de bebidas en cervecería con bar; servicios de cervecerías; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de restaurantes, bares y coctelerías.

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

autoridad competente deberá determinar en el caso concreto si el elemento denominativo del signo mixto es el más característico, o si lo es el elemento gráfico, o ambos, teniendo en cuenta la capacidad expresiva de las palabras y el tamaño, color y colocación de los elementos gráficos, y también si estos últimos son susceptibles de evocar conceptos o si se trata de elementos abstractos”.

(...)

Así, descendiendo sobre el caso concreto, encontramos que la marca solicitada “MÍTICA CERVECERÍA” (mixta) tiene un componente gráfico el cual consisten en una imagen estilizada representando una figura facial con rasgos geométricos, en este caso la imagen de una persona ubicada en la parte superior del conjunto marcario, en la parte inferior está la palabra MÍTICA acompañada de la expresión descriptiva “CERVECERÍA”.

El consumidor no tendrá en cuenta la expresión “CERVECERÍA”, dado que la misma es descriptiva y se encuentra escrita con una tinta tipográfica de menor color, la cual la hace difícil de visualizar en el conjunto, es de tener en cuenta la definición que encontramos de esta expresión:

(...)

Adicionalmente, la palabra CERVECERÍA es descriptiva porque le indica al consumidor que tipo de servicios se ofrecen.

Así, la expresión CERVECERÍA es entendida y asociada por el consumidor como un “local donde se vende cerveza”, lo cual describe totalmente los servicios que se pretenden identificar con la solicitud:

(...)

Por lo anterior, es claro que, en el signo analizado, el elemento denominativo MÍTICA es el principal y es el que penetra con mayor profundidad en la mente del consumidor, pues es de esta manera como será denominado e identificado en el mercado el establecimiento, y si bien hay una expresión adicional, esta resulta complementaria.

La comparación deberá hacerse conforme a las reglas establecidas para la comparación de signos nominativos:

(...)

Aunado a lo anterior, el TJCA ha señalado que a la hora de valorar la similitud entre signos nominativos es necesario considerar: (i) La similitud ortográfica, (ii) La similitud fonética, y (iii) La similitud ideológica.

Además, para que el signo solicitado no pueda acceder a registro, basta que la confusión se dé en, por lo menos, uno (1) de los mencionados aspectos. No obstante, en el presente caso se configuran al menos dos (2) tipos de similitud, dado que el signo pretendido reproduce por completo la denominación “MÍTICA” de las marcas primeramente solicitadas por nuestra representada.

Identidad y similitud ortográfica:

En el presente caso no hay duda de la identidad ortográfica entre los signos comparados pues, el signo solicitado reproduce en su totalidad las marcas primeramente solicitadas que incluyen la expresión “Mítica”. Consecuencialmente, el consumidor inevitablemente confundiría las marcas en comparación.

(...)

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

Es evidente que el signo solicitado en este expediente reproduce en su parte distintiva la TOTALIDAD de los signos “MÍTICA” y “MÍTICA POR 3 CORDILLERAS” primeramente solicitados por nuestra representada.

Identidad y similitud fonética:

La pronunciación en general está condicionada por la composición ortográfica de las expresiones, y en este caso nos encontramos ante una combinación de letras idéntica que genera un sonido idéntico.

(...)

Dado que la palabra MÍTICA es la primera palabra del conjunto marcario solicitado, y que es el elemento principal, es evidente la identidad ortográfica, toda vez que, la marca solicitada reproduce en su TOTALIDAD las marcas previamente registradas.

Identidad conceptual:

Teniendo en cuenta que la marca solicitada está compuesta por el elemento nominativo distintivo y predominante MÍTICA, acompañada de la expresión descriptiva CERVECERÍA, solicitamos al examinador dar por cumplido este requisito en tanto que el elemento principal y distintivo de la marca solicitada, “MÍTICA CERVECERÍA” constituye una reproducción de las marcas “MÍTICA” y “MÍTICA POR 3 CORDILLERAS”, previamente solicitadas por nuestra representada.

3.2 La conexidad competitiva es evidente en el presente caso

Respecto de la conexión competitiva, es necesario señalar que la marca que se pretende registrar no solamente es idéntica a las marcas primeramente solicitadas por nuestra representada, sino que pretende distinguir servicios estrechamente relacionados con los productos que ya identifican las marcas citadas como base de esta oposición, lo que puede conducir a una confusión inevitable en el mercado para el consumidor.

Señalamos a su Despacho que las marcas primeramente solicitadas identifican productos en la clase 32, que son esenciales para los servicios que se pretenden con la clase 43 solicitada.

(...)

De conformidad con lo establecido por el TJCA, “para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre los productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes tres criterios sustanciales”.

(...)

Dichos criterios son intercambiabilidad, complementariedad y razonabilidad.

(...)

En atención a los factores de conexidad competitiva, encontramos que en el presente caso se configuran claramente los criterios de complementariedad y razonabilidad.

- *La complementariedad entre los productos y servicios:*

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

Las marcas primeramente solicitadas MÍTICA y MÍTICA POR 3 CORDILLERAS de nuestra representada, identificarán productos en la clase 32 “cervezas”.

Los servicios en la clase 43 descritos en la solicitud de la marca MÍTICA CERVECERÍA son “Servicio de bebidas en cervecería con bar; servicios de cervecerías; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de restaurantes, bares y coctelerías.”.

Las cervezas se comercializan en restaurantes y bares, por lo cual se hace evidente la complementariedad entre los productos como cervezas y todos los servicios pretendidos por el signo solicitado.

• *La razonabilidad:*

Respecto a este criterio, dada la identidad y similitud entre los signos cotejados, sumado a la configuración del criterio de complementariedad precedente, el consumidor, considerando la realidad del mercado, asumiría razonablemente que dichos servicios provienen del mismo empresario.

No sería raro para el consumidor pensar que CENTRAL CERVECERA DE COLOMBIA haya decidido ampliar su mercado a restaurantes, bares y coctelerías.

Así, al encontrarse ante un restaurante, bar o coctelería bajo la marca MÍTICA CERVECERÍA (mixta) el consumidor pensará que se trata del mismo empresario quien solo ha creado una nueva marca para una categoría de servicios relacionada con su mismo mercado, materializándose así el criterio de razonabilidad.

3.3 La teoría de la interdependencia debe ser aplicada en el presente caso

Adicionalmente, solicito a ese Despacho que en el presente caso se de aplicación a la teoría de la interdependencia que ha sido reconocida por el TJCA y recogida en las decisiones de la misma SIC.

(...)

“La mencionada tesis indica que, a mayor cercanía entre la cobertura de los servicios identificados por los signos confrontados, mayor deben ser la diferencia visual entre los mismos, o viceversa, cuando se trate de, a mayor similitud entre los signos en cotejo, mayor diferenciación debe existir entre los productos o servicios que reivindiquen.

En tal sentido, este postulado implica analizar tanto la cobertura de los signos como sus similitudes en todos los casos. Esto en la medida en que el cotejo de semejanzas puede volverse más estricto, en razón a la existencia de un estrecho vínculo competitivo o una similitud muy relevante.”

3.4 Conclusiones

Una vez se han desarrollado los argumentos de este escrito, se puede válidamente concluir que:

(i) El signo solicitado MÍTICA CERVECERÍA (mixto) reproduce el único elemento nominativo de la marca MÍTICA y parte esencial de la marca MÍTICA POR 3 CORDILLERAS primeramente solicitadas de la opositora, configurándose el primer supuesto de irregistrabilidad, a saber: la identidad marcaria.

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

(ii) Los servicios que pretende identificar el signo solicitado MÍTICA CERVECERÍA (mixto) en la Clase 43 Internacional, son conexamente competitivos a los productos que distingue las marcas MÍTICA y MÍTICA POR 3 CORDILLERAS primeramente solicitadas en la clase 32 Internacional, conforme a los criterios sustanciales de vinculación establecidos por el TJCA.

(iii) Los signos distintivos comparados MÍTICA CERVECERÍA / MÍTICA y MÍTICA POR 3 CORDILLERAS no pueden coexistir pacíficamente en el mercado sin causar riesgo de confusión y/o asociación entre los consumidores.

(iv) Dada la marcada similitud entre los signos en comparación, deberá darse aplicación a la teoría de la interdependencia, haciéndose un cotejo mucho más estricto y exigiendo una mayor diferenciación entre los servicios identificados.
(...)"

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **DISTRITO SALVAJE SAS**, solicitante, no respondió 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 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, 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

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. (...)"

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

Confundibilidad con marcas previamente registradas:

Las Marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	MÍTICA	CENTRAL CERVECERA DE COLOMBIA S.A.S.	SD2025/0048009	12	32	Marca	Bajo Examen de Fondo	Rad. 21 may. 2025
Nominativa	MÍTICA POR 3 CORDILLERAS	CENTRAL CERVECERA DE COLOMBIA S.A.S.	SD2025/0048016	12	32	Marca	Bajo Examen de Fondo	Rad. 21 may. 2025

Los signos comparados son los siguientes:

³ A tal efecto, el Tribunal ha recogido los siguientes criterios para definir el tema para la conexión competitiva:

- a) Canales de comercialización:** Hay lugares de comercialización o expendio de productos que influyen escasamente para que pueda producirse su conexión competitiva, como sería el caso de las grandes cadenas o tiendas o supermercados en los cuales se distribuye toda clase de bienes y pasa desapercibido para el consumidor la similitud de un producto con otro. En cambio, se daría tal conexión competitiva, en tiendas o almacenes especializados en la venta de determinados bienes. Igual confusión se daría en pequeños sitios de expendio donde marcas similares pueden ser confundidas cuando los productos guardan también una aparente similitud.
- b) Similares medios de publicidad:** Los medios de comercialización o distribución tienen relación con los medios de difusión de los productos. Si los mismos productos se difunden por la publicidad general- radio televisión y prensa-, presumiblemente se presentaría una conexión competitiva, o los productos serían competitivamente conexos. Por otro lado, si la difusión es restringida por medio de revistas especializadas, comunicación directa, boletines, mensajes telefónicos, etc., la conexión competitiva sería menor.
- c) Relación o vinculación entre productos:** Cierta relación entre los productos puede crear una conexión competitiva. En efecto, no es lo mismo vender en una misma tienda cocinas y refrigeradoras, que vender en otra helados y muebles; en consecuencia, esa relación entre los productos comercializados también influye en la asociación que el consumidor haga del origen empresarial de los productos relacionados, lo que eventualmente puede llevarlo a confusión en caso de que esa similitud sea tal que el consumidor medio de dichos productos asuma que provienen de un mismo productor.
- d) Uso conjunto o complementario de productos:** Los productos que comúnmente se puedan utilizar conjuntamente (por ejemplo: puerta y chapa) pueden dar lugar a confusión respecto al origen empresarial, ya que el público consumidor supondría que los dos productos son del mismo empresario. La complementariedad entre los productos debe entenderse en forma directa, es decir, que el uso de un producto puede suponer el uso necesario del otro, o que sin un producto no puede utilizarse el otro o su utilización no sería la de su última finalidad o función.



Ref. Expediente N° SD2025/0064929



El signo solicitado corresponde a un signo mixto compuesto por elementos denominativos y gráficos. En su componente denominativo, el signo incorpora la expresión “**MÍTICA CERVERCERÍA**”, en la cual el vocablo “**MÍTICA**” aparece destacado en la parte inferior del conjunto marcario, escrito en letras mayúsculas de color verde y con mayor tamaño, mientras que la palabra “**CERVERCERÍA**” se ubica inmediatamente debajo en una tipografía de menor tamaño.

En cuanto a su componente gráfico, el signo presenta una ilustración estilizada de un rostro humano, construida mediante líneas geométricas de color verde sobre un fondo de color amarillo o dorado. La figura facial muestra rasgos simplificados —ojos, nariz y boca— y se encuentra enmarcada dentro de una estructura rectangular formada por líneas rectas. En la parte superior del rostro se aprecia una forma semicircular acompañada de un círculo central, que recuerda un elemento ornamental o simbólico ubicado a manera de tocado o corona.



Los signos opositores **MÍTICA** y **MÍTICA POR 3 CORDILLERAS** corresponden a signos de naturaleza nominativa.

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

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

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.

Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.

Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.

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

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.⁴

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro”.⁵

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁶

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

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

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

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

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente*

⁵ Ibidem

⁶ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).

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

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)"⁷*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁸ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

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

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

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

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

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

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos."⁹

Comparación entre signos denominativos

En el análisis o confrontación entre signos denominativos, como los antes citados, su comparación deberá atender las siguientes reglas, adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina¹⁰:

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

2. Se establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la

⁷ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁸ "Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014".

⁹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

¹⁰ Consultar sentencias dictadas en los procesos N° 27-IP-2016, 156-IP-2005 y 200-IP-2013, entre otras.

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario.¹¹ Como ejemplo tenemos el lexema deport en deport-e, deport-ivo, deport-istas, deport-ólogo, deport-e, deport-ivo, deport-istas.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.¹²

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.

Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.

Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.

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

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

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

6. *Se debe determinar si existe un elemento preponderante o relevante en ambos signos (...).¹³*

Análisis comparativo del signo solicitado frente a las Marcas de la opositora

En el presente caso, esta Dirección considera que no existe riesgo de confusión entre los signos enfrentados, toda vez que el elemento que la sociedad opositora considera de uso exclusivo —esto es, el término “MÍTICA”— no posee una fuerza distintiva particularmente elevada dentro del contexto de los servicios que el petionario pretende distinguir.

En efecto, el término “MÍTICA” corresponde a una expresión de carácter evocativo, en la medida en que sugiere ideas relacionadas con lo legendario, lo ancestral o lo extraordinario. En el ámbito de los servicios de restauración, bares o cervecerías, dicha palabra puede evocar en el consumidor la idea de una experiencia singular, memorable o asociada a una

¹¹ RAE: Unidad mínima con significado léxico que no presenta morfemas gramaticales; p.ej. sol. O que poseyéndolos prescinde de ellos por un proceso de segmentación, p.ej.: terr en enterrais

¹² RAE:

1. m. Gram. Unidad mínima aislable en el análisis morfológico. La palabra mujeres contiene dos morfemas: mujer y -es.

2. m. Gram. Por oposición a lexema, morfema gramatical; p. ej., de, no, yo, el, -ar, -s, -ero.

3. m. Gram. Unidad mínima de significado. La terminación verbal -mos contiene dos morfemas: persona, primera, y número, plural.

¹³ TJCA Proceso N° 27-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

tradición o relato mítico. Por tanto, no se trata de un término arbitrario o altamente distintivo, sino de una expresión que sugiere ciertas cualidades o sensaciones asociadas al servicio.

Así las cosas, al tratarse de un elemento evocativo, su capacidad distintiva resulta limitada, razón por la cual su titular no puede pretender un monopolio absoluto sobre su utilización, debiendo soportar que otros competidores empleen dicha expresión siempre que lo hagan acompañada de elementos adicionales que permitan diferenciar suficientemente los signos en el mercado.

Por otra parte, si bien la expresión “**CERVECERÍA**” contenida en el signo solicitado resulta descriptiva respecto de los servicios de la clase 43 que se pretenden identificar, lo cierto es que el signo solicitado no se limita a la simple combinación de las expresiones denominativas “**MÍTICA CERVECERÍA**”, sino que incorpora elementos gráficos relevantes que forman parte esencial de su configuración.

En particular, el signo presenta una composición gráfica destacada, consistente en la representación estilizada de un rostro humano conformado por líneas geométricas y enmarcado dentro de una estructura rectangular, acompañada de un diseño semicircular en la parte superior. Tales elementos gráficos generan una impresión visual particular que no puede ser desagregada del conjunto marcario, toda vez que el análisis de confundibilidad debe realizarse desde una perspectiva de conjunto, atendiendo a la percepción global que el signo produce en el consumidor medio.

En ese sentido, la presencia de estos elementos gráficos, sumada a la expresión completa “**MÍTICA CERVECERÍA**”, dota al signo solicitado de una configuración visual y conceptual propia, suficiente para permitir al consumidor distinguirlo de los signos invocados por la opositora.

En derivación, teniendo en cuenta que el término “**MÍTICA**” presenta un carácter evocativo y, por ende, una distintividad reducida, y que el signo solicitado incorpora elementos adicionales denominativos y gráficos que permiten la individualización en el mercado, esta Dirección concluye que no se configura similitud susceptible de generar riesgo de confusión o de asociación entre los signos enfrentados.

Por lo anterior, al haberse descartado la existencia de similitud relevante entre los signos, no resulta necesario realizar el análisis de conexidad competitiva entre los productos o servicios que distinguen, toda vez que dicho estudio solo procede cuando previamente se ha determinado la existencia de semejanza entre los signos comparados.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

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 **CENTRAL CERVECERA DE COLOMBIA S.A.S.**

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **MITICA CERVECERIA** (Mixta).



Reivindicación de colores:

Amarillo 7548U
Verde 357U

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

43: Servicio de bebidas en cervecería con bar; servicios de cervecerías; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de restaurantes, bares y coctelerías.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: **DISTRITO SALVAJE SAS**
Calle 80 # 19-30
BOGOTÁ D.C.
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 **DISTRITO SALVAJE SAS**, solicitante del registro, y a **CENTRAL CERVECERA DE COLOMBIA S.A.S.**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA

Ref. Expediente N° SD2025/0064929

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

