

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 20344

Ref. Expediente N° SD2025/0093456

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 12 de septiembre de 2025, GOLAND GROUP S.A., solicitó el registro de la Marca GOLAND (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 29 y 30 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 irregistrabilidad 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 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

¹ 29: Aceites para uso alimenticio; semillas preparadas; sucedáneos de la leche; aceites para uso alimenticio a base de cáñamo; sucedáneos de la leche a base de cáñamo; semillas procesadas (que no sean productos para sazonar); semillas de cáñamo procesadas que no sean productos para sazonar; corazones de cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 29; proteína de cáñamo; crema de maní y proteína de cáñamo; aceite de semilla de cáñamo.

30: Alimentos a base de harina; harinas; semillas de cáñamo procesadas [productos para sazonar]; harina de cáñamo; alimentos a base de harinas de cáñamo; snacks conteniendo cáñamo; barras de cereales conteniendo cáñamo; condimentos conteniendo cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 30; café de cáñamo.

Ref. Expediente N° SD2025/0093456

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ROLAND	ROLAND FOODS, LLC.	93405168	7	32	Marca	Registrada	30/03/2034
Mixta	Roland	ROLAND FOODS, LLC.	14186502	10	29, 30, 32	Marca	Registrada	04/12/2035
Mixta	ROLAND	ROLAND FOODS, LLC.	93405166	7	29	Marca	Registrada	30/03/2034
Mixta	ROLAND	ROLAND FOODS, LLC.	93405167	7	30	Marca	Registrada	27/03/2026

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

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° SD2025/0093456

Los signos a comparar son los siguientes:

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 encuentra que el signo solicitado **GOLAND** y la familia de marcas registrada **ROLAND** son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares.

Así pues, al realizar el estudio desde el punto de vista fonético y ortográfico se evidencia que al pronunciar las expresiones **GO-LAND** y **RO-LAND**, de manera sucesiva no simultánea, generan un impacto sonoro símil al estar integrados por igual número de sílabas (2), tener similar sucesión consonántica “G-L-N-D / R-L-N-D”, e idéntica sucesión vocálica “O-A / O-A”, sin que la disparidad entre las letras “G” y “R” sea derrotero diferenciador, pues dadas las similitudes denotadas es posible que el consumidor interprete que se encuentra ante una variación de las marcas que ya conoce.

De acuerdo con lo anterior, y no siendo los demás elementos nominativos y figurativos que hacen parte del signo solicitado suficientes para aplacar las semejanzas ya enunciadas, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0093456

productos 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 productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 29: Aceites para uso alimenticio; semillas preparadas; sucedáneos de la leche; aceites para uso alimenticio a base de cáñamo; sucedáneos de la leche a base de cáñamo; semillas procesadas (que no sean productos para sazonar); semillas de cáñamo procesadas que no sean productos para sazonar; corazones de cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 29; proteína de cáñamo; crema de maní y proteína de cáñamo; aceite de semilla de cáñamo.

Clase 30: Alimentos a base de harina; harinas; semillas de cáñamo procesadas [productos para sazonar]; harina de cáñamo; alimentos a base de harinas de cáñamo; snacks conteniendo cáñamo; barras de cereales conteniendo cáñamo; condimentos conteniendo cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 30; café de cáñamo.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente No. 93405168

Clase 32: Cerveza, ale y porter; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; jarabes y otros preparados para hacer bebidas, productos comprendidos en la clase 32 de del artículo 2 del decreto 755 de 1972.

Expediente No. 14186502

Clase 29: Agaragar procesado [gelatina vegetal de origen marino];coberturas [aderezos] de bruschetta; jugo de almejas [almejas que no estén vivas];guisantes secos recubiertos; cebollas de cóctel [cebollas en conserva];aceites de cocina [comestibles];algas secas comestibles; cremas comestibles; aceites y grasas comestibles; hígado graso [foie gras];frutas en lata, en botella o en otros empaques para alimentos no perecederos; pastas de frutas; gelatinas; mermeladas; productos para untar, a base de carne; setas en lata, en botella o en otros empaques para alimentos no perecederos; purés de frutos secos; frutos secos en lata, en botella o en otros empaques para alimentos no perecederos; aceites utilizados como condimentos; aceites de oliva; pasta de aceitunas;

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.

Resolución N° 20344

Ref. Expediente N° SD2025/0093456

productos para untar, a base de aceituna; aceitunas procesadas; patés; pasta de maní; encurtidos; frijoles procesados; huevas de pescado procesado; hojas de parra procesadas; aceites para ensaladas; mariscos y verduras procesadas, combinados en paquetes unitarios; pastas de mariscos; mariscos en lata, en botella o en otros empaques para alimentos no perecederos; caracoles en conserva; sopa; verduras rellenas en lata, en botella o en otros empaques para alimentos no perecederos; tahini; tofu; jugo de trufa; trufas en conserva; pastas vegetales; purés de legumbres; productos para untar, a base de vegetales; vegetales en lata, en botella o en otros empaques para alimentos no perecederos; alcaparrones procesados; hortalizas elaboradas utilizadas como condimentos; legumbres secas utilizados como condimentos; dulce de leche.

Clase 30: Pasta de almendra; pan rallado; cereales para el desayuno; canapés [aperitivos consistentes en pasta o masa de hojaldre]; alcaparras; pasta de castañas; chocolate; chutneys [variedad de especias dulces y picantes, originaria del oeste de la india]; cuscús; galletas; cuscús y mezclas de condimentos, combinados en paquetes unitarios; galletas; pastas de curry; flan; esmaltes para su uso en los alimentos [glaseado]; quinoa; condimentos a base de hierba de limón; avena procesada; jarabe de arce; mazapán; miso [pasta aromatizante fermentada]; fideos; mostazas; fideos y mezclas de condimentos combinados en paquetes unitarios; pastas; conchas de pastelería; pesto; pimientos; polenta [cereal]; wasabi [condimento] en polvo preparado; ajo procesado para uso como condimento; jengibre procesado; granos procesados; semillas de sésamo procesadas; hierbas procesadas; hojaldre; salsifí [condimento]; vinagre de vino y reducciones al vino para cocinar; condimentos combinados y mezclas de arroz, en paquetes unitarios; risotto; salsas; pastas de condimento; condimentos; especias; azúcar; té; mezcla de pasta en tempura [fritura rápida japonesa]; vinagres; pasta de wasabi.

Clase 32: Agua de coco; leche de coco [líquido obtenido al rayar la pulpa del coco seco, no lácteo]; preparaciones para elaborar bebidas, a saber, bases con sabor a fruta para la preparación de bebidas mezcladas alcohólicas y no alcohólicas; jugos de fruta; mezclas de cócteles sin alcohol; jugo de oliva.

Expediente No. 93405166

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, mermeladas, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio, productos comprendidos en la clase 29 del artículo 2 del decreto 755 de 1972.

Expediente No. 93405167

Clase 30: Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café, harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza, salsas (condimentos); especias, hielo, productos comprendidos en la clase 30 del artículo 2 del decreto 755 de 1972.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 29

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos o servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial.

Ref. Expediente N° SD2025/0093456

No obstante, no hay duda de la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos. En efecto, se puede observar que las marcas identifican: “*Aceites para uso alimenticio*” (Clase 29), por lo cual el consumidor puede elegir entre unos u otros para satisfacer la misma necesidad.

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados (STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd)” (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.2004. Interpretación Prejudicial 135-IP-2004)”

Justamente, en atención a la teoría mencionada, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. De allí que, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos que se amparan; situación que no se hace manifiesta en este caso.

Aunado a lo anterior, existen otros productos alimenticios en ambas coberturas que, sin ser idénticos, podrían llevar al consumidor promedio a pensar erróneamente que comparten un mismo origen empresarial, al tratarse de alimentos que podrían ser ofrecidos por un mismo empresario.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 30

Teniendo en cuenta lo anterior, también se puede vislumbrar la relación de los signos enfrentados, dado que el signo solicitado busca proteger los mismos productos que identifican las marcas registradas: “*Alimentos a base de harina; harinas; condimentos*” (Clase 30).

Entonces, comparten naturaleza y destinación pues satisfacen las mismas necesidades de los consumidores y, por ende, es dado pensar que las marcas objeto de cotejo marcario pueden llegar a generar riesgo de confusión y/o asociación en el público quienes, al ver las similitudes denotadas, sumado a la de cobertura de los signos crean erróneamente que pertenecen a la línea de productos de un mismo empresario.

Finalmente, existen otros productos alimenticios que, sin ser iguales, podrían hacer pensar al consumidor promedio que provienen del mismo origen empresarial.

Conexidad competitiva entre productos de las clases 29, 30 y productos de la clase 32

De acuerdo con el criterio de razonabilidad existe conexidad competitiva si, teniendo en cuenta la realidad del mercado, para el consumidor es razonable considerar que los productos o servicios en conflicto provienen del mismo empresario.

Así pues, dada la cobertura de los signos enfrentados esta Dirección encuentra que, conforme al comportamiento habitual del mercado, no es extraño encontrar que un empresario dedicado a la industria de “*Cerveza, ale y porter; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; jarabes y otros preparados para hacer bebidas; Agua de*

Ref. Expediente N° SD2025/0093456

coco; leche de coco [líquido obtenido al rayar la pulpa del coco seco, no lácteo]; preparaciones para elaborar bebidas, a saber, bases con sabor a fruta para la preparación de bebidas mezcladas alcohólicas y no alcohólicas; jugos de fruta; mezclas de cócteles sin alcohol; jugo de oliva.” (Clase 32), también se encargue de la fabricación de otros productos afines como: “Aceites para uso alimenticio; semillas preparadas; sucedáneos de la leche; aceites para uso alimenticio a base de cáñamo; sucedáneos de la leche a base de cáñamo; semillas procesadas (que no sean productos para sazonar); semillas de cáñamo procesadas que no sean productos para sazonar; corazones de cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 29; proteína de cáñamo; crema de maní y proteína de cáñamo; aceite de semilla de cáñamo.” (Clase 29) y a ofrecer productos como: “Alimentos a base de harina; harinas; semillas de cáñamo procesadas [productos para sazonar]; harina de cáñamo; alimentos a base de harinas de cáñamo; snacks conteniendo cáñamo; barras de cereales conteniendo cáñamo; condimentos conteniendo cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 30; café de cáñamo.” (Clase 30).

Lo anterior debido a que, se trata de productos alimenticios que pueden compartir los mismos canales de comercialización, promoción y publicidad. De este modo, los signos en conflicto al identificar productos semejantes, comparten género, naturaleza y finalidades. De manera que, las anteriores circunstancias podrían llevar a pensar equivocadamente al consumidor que se encuentra ante productos del mismo empresario.

Configurándose riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

“(…) El riesgo de confusión, puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

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

⁵ 29: Aceites para uso alimenticio; semillas preparadas; sucedáneos de la leche; aceites para uso alimenticio a base de cáñamo; sucedáneos de la leche a base de cáñamo; semillas procesadas (que no sean productos para sazonar); semillas de cáñamo procesadas que no sean productos para sazonar; corazones de cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 29; proteína de cáñamo; crema de maní y proteína de cáñamo; aceite de semilla de cáñamo.

Ref. Expediente N° SD2025/0093456

presente resolución.

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

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a GOLAND GROUP S.A., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 30: Alimentos a base de harina; harinas; semillas de cáñamo procesadas [productos para sazonar]; harina de cáñamo; alimentos a base de harinas de cáñamo; snacks conteniendo cáñamo; barras de cereales conteniendo cáñamo; condimentos conteniendo cáñamo; productos alimenticios a base de cáñamo comprendidos en la clase internacional 30; café de cáñamo.