

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 21893

Ref. Expediente N° SD2025/0111787

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 27 de octubre de 2025, Alberto Jose Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, solicitó el registro de la marca BETO SNACKS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1088, 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 29: Papas chips; chips de batatas; chips de plátano; chips de verduras y hortalizas.

30: Snacks a base de maíz.

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° SD2025/0111787

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 marca previamente registrada

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	LOS JUGOS DE BETO	LUIS EDUARDO BONILLA MACHUCA	SD2024/0119732	12	32, 43	Marca	Registrada	22 sept. 2035
Mixta	Yenny & Beto	RUTH ERIKA LOPEZ CORCHO	16043437	10	43	Marca	Registrada	09 jun. 2027
Mixta	DON BETO	GRUPO ALIMENTARIO DEL ATLÁNTICO S.A. GRALCO S.A.	97055669	7	29	Marca	Registrada	27 abr. 2028

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 :

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° SD2025/0111787

El signo solicitado	La marca registrada
	

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

Del cotejo entre la marca solicitada “BETO SNACKS” y los signos previamente registrados “YENNY BETO”, “LOS JUGOS DE BETO” y “DON BETO”, se observa que todos comparten el elemento denominativo “BETO”, el cual corresponde al componente con mayor fuerza distintiva dentro de los signos registrados. En efecto, “BETO” dentro del



Ref. Expediente N° SD2025/0111787

signo solicitado actúa como el referente principal al momento de percibir el origen empresarial.

Por otro lado, la expresión “SNACKS” carece de distintividad suficiente para contrarrestar la coincidencia con el elemento preponderante anteriormente analizado, pues se trata de un término de uso común en el sector alimentario, cuya definición es ampliamente conocida por el consumidor promedio, quien lo asocia con pasabocas, aperitivos o alimentos listos para consumir. Por su carácter descriptivo, dicho término no aporta diferenciación real en el cotejo marcario, razón por la cual la atención del público se dirigirá hacia el componente distintivo compartido: BETO.

Adicionalmente, aunque el signo solicitado incorpora elementos figurativos, estos no poseen la fuerza suficiente para eliminar o neutralizar las similitudes derivadas de la coincidencia denominativa con mayor impacto en la percepción del consumidor. Por lo anterior, y en aplicación de la jurisprudencia citada con anterioridad, el consumidor dirigirá su atención al elemento nominativo por lo que tendrá pocos elementos para reconocer la diferencia en su origen.

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 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 ⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 29: Papas chips; chips de batatas; chips de plátano; chips de verduras y hortalizas.

Clase 30: Snacks a base de maíz.

Los signos previamente registrados identifica:

Expediente	Producto
------------	----------

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 :

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° SD2025/0111787

SD2024/0119732 clase 32: Bebidas de frutas sin alcohol / bebidas de jugos de frutas sin alcohol / bebidas de zumos de frutas sin alcohol, zumos de frutas / jugos de frutas, zumos vegetales [bebidas] / jugos vegetales [bebidas].

Clase 43: Servicios de restaurantes.

16043437 clase 43: servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

97055669 clase 29: pescados, aceites y grasas comestibles.

Conexidad competitiva entre los productos de las clases 29 y 30 solicitadas y los productos de las clases 29 y 32 de los signos previamente registrados (criterio de razonabilidad)

Con base en el criterio aplicado para verificar la conexidad competitiva, esta Dirección encuentra que existe la posibilidad de que los productos reivindicados en las clases solicitadas sean atribuidos por el consumidor a los mismos empresarios que se encuentran detrás de las coberturas de las clases 29 y 32. Lo anterior obedece a que el público suele asociar un origen empresarial común cuando los alimentos comparten características similares, como ocurre en este caso con los distintos tipos de papas, pasabocas a base de maíz, grasas comestibles y diversas categorías de bebidas. Además, el signo registrado en la clase 29 incluye pescados, los cuales, según su propia descripción, corresponden a alimentos que pueden presentarse en diferentes formatos, algunos de ellos incluso como pasabocas o pequeños bocados.

En este sentido, no resulta posible conceder el registro del signo solicitado, pues ello generaría un escenario en el cual el consumidor no podría determinar con claridad si los productos provienen de un único origen empresarial o de un mismo comerciante, dada la proximidad competitiva y las particularidades de cada cobertura.

Conexidad competitiva entre los productos de las clases 29 y 30 solicitadas y los servicios de la clase 43 de los signos previamente registrados (criterio de razonabilidad)

Respecto de este análisis, puede afirmarse que los servicios de restauración protegidos por los signos registrados guardan una relación indirecta con los pasabocas que se pretenden amparar mediante la solicitud de registro. En los establecimientos de comidas en general, es común que los platos se acompañen con pasabocas de papa u otras presentaciones, lo que evidencia un consumo conjunto y complementario de alimentos que, además, suelen ser ofrecidos por un mismo empresario.

En consecuencia, se dificulta el registro del signo solicitado, pues resulta razonable que el consumidor considere que los pasabocas provienen del mismo origen empresarial que los servicios de restauración, o que el titular de estos ha ampliado su actividad hacia otros segmentos del mercado alimentario (verbigracia: productos empacados) con el fin de captar nuevos consumidores o fidelizar aún más a los existentes.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0111787

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 BETO SNACKS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Alberto José Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la marca BETO SNACKS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Alberto José Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a Alberto Jose Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 29: Papas chips; chips de batatas; chips de plátano; chips de verduras y hortalizas.

⁶ 30: Snacks a base de maíz.