

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 22913

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Por la cual se decide un recurso de apelación

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 18 numeral 10° del Decreto
4886 del 23 de Diciembre de 2011,

CONSIDERANDO

Que mediante Resolución N° 66508 de 2 de septiembre de 2025, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la Marca **AGUARDIENTE COMUNERO** (Mixta), solicitada por el DEPARTAMENTO DE SANTANDER, para distinguir los siguientes servicios que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

35: Compra, venta, importación, exportación, comercialización de Aguas minerales, Bebidas alcohólicas (excepto cervezas); publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina, ventas por internet.

Lo anterior, por considerar que se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Que mediante escrito presentado dentro del término y con el lleno de los requisitos legales, el DEPARTAMENTO DE SANTANDER, interpuso recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el considerando primero, con el objeto de que se revoque, con fundamento en los siguientes argumentos:

(...) 1. Cuestión previa: acumulación de casos entorno a las solicitudes realizadas respecto a Aguardiente Comunero

A efectos de abordar el presente objeto de estudio de manera armónica, integral y articulada, se halla pertinente mencionar que, en referencia al producto AGUARDIENTE COMUNERO, se encuentran en curso cuatro solicitudes de registro de intangibles, las cuales se expondrán a continuación:

Expediente	Solicitante	Fecha de radicación	Naturaleza y clase
SD2025/0000912	Depto. de Santander	08 de enero de 2025	Mixta; CI 33
SD2025/0000917	Depto. de Santander	08 de enero de 2025	Mixta; CI 35
SD2025/0000920	Depto. de Santander	08 de enero de 2025	Mixta; CI 41
SD2024/0088001	Depto. de Santander	25 de agosto de 2024	Nominativa; CI 41
SD2024/0087998	Depto. de Santander	25 de agosto de 2025	Nominativa; CI 33

Con lo anterior, se evidencia que las 5 solicitudes presentadas por parte del Departamento de Santander en torno a AGUARDIENTE COMUNERO como producto de consumo (licor destilado), corresponden a una misma estrategia de mercado y a un mismo solicitante (el Departamento de Santander), así como con semejante trazabilidad y estructuración de los elementos distintivos y de los componentes intangibles objeto de estudio. Esto significa que las cinco actuaciones administrativas de referencia hacen parte de una misma identidad de producto aplicable a distintas categorías de bienes y



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

servicios según la Clasificación Internacional de Niza, dentro del giro ordinario de los negocios que pretende desarrollar el Departamento de Santander a través de su Empresa Santandereana de Licores.

Así las cosas, se advierte una semejanza en los argumentos esgrimidos por parte de esta autoridad administrativa respecto a la irregistrabilidad de los intangibles comerciales solicitados en los expedientes SD2024/0087998, SD2025/0000912 y SD2025/0000917. En esta misma vía, se halla concordancia entre los previamente mencionados con la tesis expuesta por el abogado Danny Alirio Villamizar Meneses¹ al interior del escrito de oposición presentado en el marco de la actuación administrativa identificada con expediente SD2024/0088001, los cuales versan en la supuesta confundibilidad de la marca con otra previamente registrada, a tenor de lo ordenado en el literal a del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Por todo lo anterior, se estima la pertinencia de abordar de manera armónica y acumulada los casos correspondientes a los expedientes SD2024/0087998, SD2025/0000912 y SD2025/0000917, en virtud del principio de economía procesal y a tenor de lo ordenado por el artículo 148 del Código General del Proceso, debido a la conexidad existente entre las distintas solicitudes y a fin de brindar a esta autoridad administrativa un panorama amplio y estructurado del caso concreto, así como de los bienes a tramitar conforme al procedimiento administrativo en curso.

2. Pertinencia y oportunidad de los recursos

(...) el Departamento de Santander en calidad de sujeto activo de las actuaciones administrativas en curso, difiere de lo resuelto por la autoridad administrativa, conforme a los puntos que se expondrán y sustentarán al interior del presente documento. Es por esto que, a tenor del artículo 74 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, se halla pertinente la presentación del recurso de reposición frente a las Resoluciones 66508, 66509 y 66510 del 2 de septiembre del 2025 a fin de que el despacho de conocimiento contemple en los argumentos expuestos por el Departamento de Santander en calidad de recurrente, motivos suficientes para replantear su decisión y conceder las solicitudes de registro invocadas.

Respecto a la oportunidad procesal para la presentación de esta actuación, se considera oportuna a la luz de lo ordenado por el artículo 762 de la norma procesal administrativa vigente: atendiendo a que las resoluciones atacadas cuentan con fecha de publicación del 02 de septiembre del 2025, se entenderá vencido el término de procedencia hasta el día 16 de septiembre de la misma calenda.

Finalmente, en caso de que no se halle prosperidad en el recurso de alzada contra los actos administrativos referidos, presento ante el Despacho el recurso de apelación de manera subsidiaria a fin de que sea estudiado el caso por el Ad quem correspondiente con ocasión a lo precisado en el literal b del artículo 74 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, en consonancia con el numeral 2 del artículo 322 del Código General del Proceso.

3. Diferenciación de clases y público objetivo entre las marcas y los productos objeto de controversia

A continuación, por medio de los CINCO (5) puntos siguientes, se expondrá al Despacho de conocimiento porqué resulta procedente el registro de los intangibles correspondientes a la marca “AGUARDIENTE COMUNERO” y cómo el aguardiente como producto de consumo masivo, cuenta con características y consumidores distintos a los de la cerveza, a la luz de criterios técnicos y normativos ya descartados.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

3.1. La SIC ya ha determinado que el aguardiente y la cerveza pertenecen a mercados distintos y no tienen conflicto entre sí

En atención a lo desarrollado en el marco de las Resoluciones, 66508, 66509 y 66510 del 2 de septiembre del 2025, por medio de las cuales se deniegan las solicitudes de registro de las marcas correspondientes al producto “AGUARDIENTE COMUNERO”, alegando la irregistrabilidad por riesgo de confundibilidad entre los intangibles objeto de estudio y aquellos relativos a la marca de la cerveza “COMUNERA”, el presente acápite tiene como fin dilucidar al Despacho sobre la procedencia en la concesión del registro de las marcas por referir a productos distintos, enfocarse a diferentes tipos de consumidores, contener propiedades organolépticas diferentes, entre otros aspectos que sustentan el porqué, conforme a la clasificación Niza, los destilados corresponden a una categoría distinta a la de las cervezas.

Teniendo en cuenta que el caso concreto versa sobre la prevención en la configuración de prácticas restrictivas de libre competencia y manejo indebido de los mercados, se halla pertinente realizar su estudio conforme criterios del campo del análisis económico del derecho. Así las cosas, vale la pena analizar lo desarrollado por parte de esta Corporación en un caso similar, consignado en la Resolución 4829 del 2013, relativa al conflicto suscitado entre Bavaria S.A. y la Fábrica de Licores de Antioquia (FLA) a raíz de una pauta publicitaria que comparaba el Aguardiente Antioqueño con una de las cervezas producidas por la empresa accionante.

El acto administrativo referido concluye, a través de un informe técnico motivado, que ambas bebidas tienen características completamente distintas y corresponden a mercados divergentes, razón por la cual no generan riesgo de confusión o de inducción al error en los consumidores. Se procede a citar un extracto de la resolución para mayor precisión en el argumento expuesto:

“(…) De acuerdo con (sic) su elaboración, podemos distinguir dos tipos principales de bebidas alcohólicas: (i) las producidas por fermentación, como el vino o la cerveza en las que el contenido en alcohol no suele superar los 18-20 grados y (ii) las producidas por destilación (generalmente a partir de un producto de fermentación) como el whisky, la ginebra, el brandy, aguardientes, vodka, el mezcal y el tequila y otros licores que suelen superar los 40 grados alcoholimétricos.

Que el mercado de las bebidas alcohólicas en Colombia se caracteriza por la existencia de: (i) una empresa con poder de mercado respecto de la producción y comercialización de cerveza; (ii) monopolios de licores departamentales; y (iii) importadores de licores. Adicionalmente se estableció que la industria licorera colombiana se encuentra principalmente en la producción de cerveza con un 92% del mercado, seguido de las bebidas alcohólicas, como el aguardiente y el ron con un 6%, y los vinos y otras bebidas (aperitivos y similares con menos de 15 grados de alcohol).

Finalmente, el Informe Motivado presenta conclusiones respecto de las características generales del mercado investigado, indicando que los licores fermentados como la cerveza, tienen diferencias en cuanto a las características físicas, técnicas de producción, precio, hábitos, preferencia y ocasiones de consumo, respecto de los licores destilados; que las diferencias entre características físicas y técnicas de producción, así como en el precio de la cerveza y el aguardiente, se encuentran claramente establecidos; y que cuando se habla de las preferencias, hábitos y ocasiones de consumo, para el caso colombiano, el aguardiente y la cerveza se consideran sustitutos, ya que las ocasiones de consumo son diversas, pero en la mayoría de los casos coinciden con la ingesta de cerveza”. 3 (Negritas propias).

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Más adelante, esta misma Superintendencia adiciona lo siguiente, vital para el abordaje del caso concreto:

“(…) El estudio pericial sobre el comportamiento del consumidor concluyó que los consumidores entrevistados no cambiaron de manera importante su intención de compra con otros licores y que tampoco estimaron que consumirían más aguardiente de lo que consumen habitualmente, como consecuencia de la publicidad estudiada. Por esta razón, el estudio concluye que no se encontró evidencia suficiente para concluir que la publicidad afectó el proceso de decisión del consumidor.

Que, de acuerdo con el análisis económico realizado, no es posible concluir que como consecuencia de la publicidad investigada se presentó un desplazamiento de clientes entre la Cerveza Bavaria y el Aguardiente Antioqueño. Adicionalmente, se afirma en el Informe Motivado que el mercado analizado es un mercado estacional, en el que se presentan iguales tendencias y picos, con lo que se refuerza la tesis de que no es posible concluir que hubo una afectación al mercado de licores, en especial el de la cerveza, por causa de la publicidad utilizada por la FLA.

(…) En conclusión, la Delegatura señaló que, desde el punto de vista económico, la publicidad de la FLA no tuvo efecto en los hábitos de consumo de quienes eligen este tipo de productos, ni implicó un cambio en la demanda de cerveza, por lo que no se presentó una disminución de las ventas.” (Negritas propias).

Conforme a lo citado, se advierte que esta Superintendencia ya ha decantado de manera clara, específica y completamente delimitada, el debate respecto a la divergencia que existe en materia de mercados y nichos de consumo para el caso de la cerveza respecto al aguardiente, concluyendo a través del caso Bavaria S.A. vs. Licores de Antioquia, de la nula existencia de prácticas restrictivas de libre competencia entre el aguardiente respecto a la cerveza, por corresponder a poblaciones de consumo y a nichos de mercado completamente distintos. Este hecho tiene aún mayor asidero al evidenciar las claridades realizadas al interior de la Clasificación Internacional de Niza, la cual distingue los licores destilados de la cerveza como productos de categorías distintas, al punto de consignar claridades específicas de dicha distinción al interior de sus bases de datos, tal y como se observará más adelante.

Los dos casos referenciados evidencian la importancia de realizar un análisis preciso del mercado objetivo al abordar prácticas restrictivas de la libre competencia. Este estudio no debe limitarse a categorías amplias como “todos los licores” o “todas las comidas”, sino que debe centrarse en identificar el público específico al que se dirigen los productos y evaluar si las dinámicas de consumo se ven realmente afectadas de manera que pueda generarse un perjuicio concreto a la competencia.

La falta de delimitación clara de los sectores involucrados al momento de diseñar medidas de control y protección tiene consecuencias adversas: restringe el acceso a la libre competencia y obstaculiza la expansión del mercado para una diversidad de productos que, lejos de representar una amenaza, podrían enriquecer las dinámicas de consumo.

El abordaje de los sectores y de los subsectores de consumo, tal y como lo ha realizado esta superintendencia en ocasiones pasadas, además de brindar un abordaje completo del caso concreto conforme a la recta administración de justicia en el marco de sus funciones jurisdiccionales, permite preservar prácticas comerciales sanas y transparentes, fortaleciendo el ecosistema competitivo sin sacrificar los principios regulatorios.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

En razón a lo expuesto y en virtud de los principios de igualdad material y procesal, así como en virtud del principio de seguridad jurídica, solicitamos comedidamente a esta autoridad administrativa tener en cuenta la decisión proferida en el marco de la Resolución 4829 en los términos desarrollados.

3.2. Diferenciación de clases entre las solicitudes de registro presentadas por el Departamento de Santander y el registro correspondiente a la cerveza “Comunera”:

Al realizar la comparación, es importante colocarse en el lugar del consumidor y su grado de percepción, de conformidad con el tipo de productos o servicios de que se trate, bajo los siguientes criterios:

Criterio del consumidor	Descripción de la conducta frente a productos y/o servicios de consumo masivo
Medio	• Por ser el más generalizado y el de menor grado de cualificación, se torna en el soporte del análisis de confundibilidad. • Se le presume normalmente informado y razonablemente atento (máximas de la experiencia).
	• Su nivel de percepción respecto al bien es variable, en relación con la categoría de bienes o productos, lo que debe ser analizado y ponderado por la autoridad nacional competente. • Su nivel de atención puede variar o graduarse según el tipo de producto del cual se trate.
Selectivo	• Es un consumidor más informado y atento que el consumidor medio. • Elige los bienes y servicios bajo criterios parámetros específicos de calidad, posicionamiento y estatus. • Es un consumidor que se ha instruido claramente de las características y cualidades de los productos o servicios que desea adquirir. • Sabe detalles estéticos, de calidad y funcionamiento que la media de la población no sabría.
Especializado	• Es un consumidor absolutamente informado y atento sobre las características, técnicas, funcionales o prácticas de los productos o servicios que adquiere, teniendo como soporte su alto grado de instrucción técnica o profesional. • Dicho consumidor hace una evaluación más prolija del bien o servicios que desea adquirir, lo que debe ser tomado en cuenta por la autoridad nacional competente al realizar el respectivo análisis de confundibilidad.

Tal y como se puede apreciar en el cuadro presentado en el acápite primero de este escrito, las distintas solicitudes de registro de marca presentadas por parte del Departamento de Santander en virtud del producto “AGUARDIENTE COMUNERO”, corresponden a registros de marca para las clases, 33, 35 y 41 de acuerdo con la clasificación internacional de Niza.

Clase & tipo	Función	Explicación de la clase según la OMPI
33 (productos)	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas ; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	Esta clase comprende en particular: Vinos, vinos generosos; sidras, perada; las bebidas espirituosas, los licores; las esencias alcohólicas, los extractos de frutas alcohólicos, los amargos. Esta clase no comprende en particular: las pociones medicinales (cl. 5); las bebidas desalcoholizadas (cl. 32); las cervezas (cl. 32); las mezclas sin alcohol utilizadas para preparar bebidas alcohólicas, por ejemplo: las bebidas refrescantes sin alcohol, las sodas (cl. 32).



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

35 (servicios)	Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina.	La clase 35 comprende principalmente los servicios que implican la gestión, la explotación, la organización y la administración comercial de una empresa comercial o industrial, así como los servicios de publicidad, marketing y promoción. A fines de clasificación, la venta de productos no se considera un servicio.
41 (servicios)	Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.	Comprende principalmente los servicios que consisten en todo tipo de formas de educación o formación, los servicios cuya finalidad básica es el entretenimiento, la diversión o el ocio de las personas, así como la presentación al público de obras de arte plásticas o literarias con fines culturales o educativos.

Por su parte, de acuerdo con la consulta realizada en la Oficina Virtual de Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio, la marca mixta correspondiente al producto cerveza “COMUNERA”, en cabeza de Juan Sebastián Galvis Adarme y registrada bajo el expediente 14-230389, se ubica en la categoría 32, según la clasificación internacional de NIZA, la cual cuenta con las siguientes características, de acuerdo con la Organización Mundial de Propiedad Intelectual:

Clase & tipo	Función	Explicación de la clase según la OMPI
32 (productos)	La clase 32 comprende principalmente las bebidas sin alcohol, así como las cervezas.	Esta clase comprende en particular: las bebidas desalcoholizadas; las bebidas refrescantes sin alcohol; las bebidas a base de arroz y de soja, que no sean sucedáneos de la leche; las bebidas energéticas, las bebidas isotónicas, las bebidas enriquecidas con proteínas para deportistas; las esencias y extractos de frutas sin alcohol para elaborar bebidas. Esta clase no comprende en particular: Aromatizantes para bebidas en cuanto aceites esenciales o que no sean aceites esenciales; las bebidas dietéticas para uso médico; las bebidas lacteadas en las que
		predomina la leche, los batidos de leche; los sucedáneos de la leche, por ejemplo: la leche de almendras, la leche de coco, la leche de cacahuete, la leche de arroz, la leche de soja; el zumo de limón para uso culinario, el jugo de tomate para uso culinario; las bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; las bebidas para animales de compañía; las bebidas alcohólicas, excepto cervezas.

De lo anterior se colige que el producto cerveza “Comunera” corresponde a una categoría distinta (categoría 32), de aquellas solicitadas por el Departamento de Santander para el caso del “Aguardiente Comunero” (categorías 33, 35 y 41). Justamente, el fin de la organización de productos a través de categorías al interior de la Clasificación Internacional de Niza, es la clasificación de estos según sus clases por usos, fines y nichos de mercado como parte del conglomerado de instrumentos internacionales desarrollados para el control y la garantía de las buenas prácticas de libre competencia. Conforme a tal, no es poca cosa, ni mucho menos caprichosa la estructuración de categorías para delimitar y clasificar productos y servicios.

Para ilustrar mejor esta afirmación conforme al caso de estudio, la divergencia entre la clase 32 (en la que se encuentra la cerveza) respecto a la clase 33 (bebidas alcohólicas excepto la cerveza) se materializa conforme a los datos consignados en la gráfica titulada “evolución del tamaño del mercado de bebidas alcohólicas en Colombia (2010-2024)” en la cual se analizan las dinámicas del mercado colombiano tomando como



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

puntos de medición la demanda para cervezas respecto a las bebidas espirituosas (destilados, entre los que se encuentra el aguardiente).

El análisis del mercado de bebidas alcohólicas en Colombia para el período 2010 a 2024 permite observar la dinámica entre la cerveza y los licores destilados, evaluando si existe un patrón de sustitución que pueda considerarse competencia directa. Al revisar los volúmenes consumidos en litros, se encuentra que la cerveza pasó de 1.761,4 millones de litros en 2010 a 3.026,9 millones en 2024, lo que representa un crecimiento acumulado de más del 70%. Por su parte, los licores destilados aumentaron de 98,6 a 111,6 millones de litros en el mismo período, lo que equivale a un crecimiento modesto cercano al 13 %. La primera evidencia que salta a la vista es la asimetría: la cerveza domina el mercado con más del 94 % del volumen, mientras que los licores representan apenas entre 3 % y 5%, participación que además se reduce con el tiempo.

Cuando se observan las participaciones, la cerveza pasa de representar el 94,7 % del total en 2010 al 96,4 % en 2024, mientras los licores descienden de 5,3 % a 3,6 %. Esto muestra que la categoría de licores no ha logrado expandirse proporcionalmente al mercado, sino que pierde relevancia relativa frente al predominio de la cerveza. Esta tendencia sugiere un desplazamiento paulatino, pero no necesariamente una sustitución activa: no se evidencia que los consumidores estén dejando de beber cerveza para consumir más licores, sino lo contrario, la cerveza refuerza su dominio.

En cuanto a los análisis estadísticos, las correlaciones entre los crecimientos de cerveza y licores son positivas: 0,56 en variaciones logarítmicas y 0,53 en tasas interanuales, con valores cercanos o dentro del rango de significancia estadística. Esto significa que, cuando la cerveza crece, los licores también tienden a crecer, aunque en menor proporción. Las regresiones confirman esta lectura: el coeficiente es positivo y significativo, lo cual descarta la existencia de un efecto de sustitución. Incluso al considerar rezagos (es decir, el impacto del crecimiento de un año sobre el siguiente), no aparece evidencia de causalidad ni de competencia directa. Las pruebas de causalidad de Granger tampoco muestran que una categoría explique los movimientos futuros de la otra.

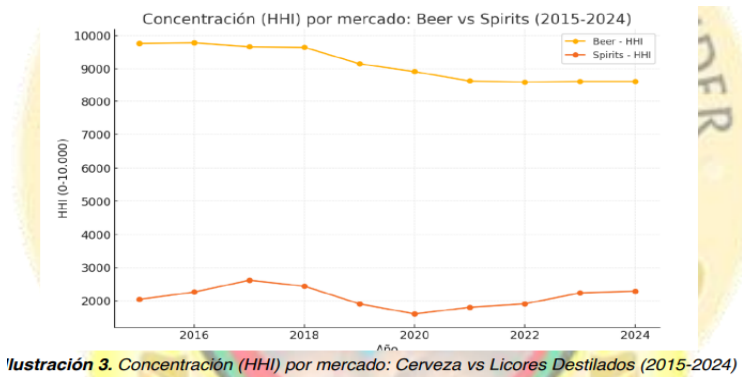
Así las cosas, el comportamiento de las series de cerveza y licores entre 2010 y 2024 no sugiere competencia directa. Por el contrario, ambas categorías se ven afectadas por factores comunes de contexto, mientras la cerveza consolida su posición dominante y los licores se mantienen en una franja menor, sin capacidad de desplazar a la primera. Para efectos jurídicos, esto implica que en un análisis de competencia de mercado no se puede argumentar sustitución directa a partir de volúmenes consumidos.

Para cerrar este punto, vale la pena abordar los impactos de ambos sectores en materia empresarial conforme a su desarrollo en el mercado a fin de dilucidar la carente conexión competitiva entre ambos sectores y su participación desligada en el mercado. En esta misma línea, el examen de la participación por empresas en Colombia entre 2015 y 2024 demuestra que los mercados de cervezas y licores destilados no comparten la misma estructura competitiva ni el mismo conjunto de agentes relevantes.

Para llegar a esta conclusión se tomaron las tablas de Euromonitor que reportan las cuotas por empresa, se homogenizaron los nombres corporativos (eliminando sufijos legales y variantes de escritura), se normalizaron los porcentajes para que cada año sumara 100 en cada categoría y calculada, por un lado, indicadores estándares de estructura dentro de cada mercado (HHI, participación del líder, participación acumulada de los 3 y 4 mayores, y número de firmas con al menos 1 % de cuota) y, por otro, medidas de “solapamiento” entre mercados (índice de superposición u OSI, coincidencia de los cinco mayores mediante Jaccard, similitud coseno entre vectores de cuotas y correlación de rangos de Spearman). **La lógica jurídica detrás es directa: si**

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

existiera conexión competitiva entre categorías, se esperaría observar, de forma consistente, que compiten las mismas empresas, con jerarquías parecidas y con evoluciones de poder de mercado acopladas. Si esos hechos no aparecen, la hipótesis de conexión se debilita de raíz.



Los resultados para 2024 son elocuentes. En cervezas, el mercado es extraordinariamente concentrado: HHI2 de 8.618 puntos, el líder con 92,6 % y un CR43 de 100%, con solo dos empresas que superan el 1% de participación. En licores destilados, en cambio, el índice de concentración (HHI) es de 2.293 puntos, el líder tiene 39,7 %, el CR4 es 78,3 % y hay once firmas por encima del 1 %. Es decir, en una categoría predomina un productor casi único, mientras en la otra compiten múltiples actores con pesos relevantes.

La lectura cualitativa coincide con los datos: en 2024 la cerveza está encabezada por Bavaria (92,6 %) seguida por Central Cervecera de Colombia (6,5 %), mientras que en licores mandan la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia (39,7 %) y la Industria Licorera de Caldas (23,5 %), con presencia adicional de Diageo, la Industria de Licores del Valle y la Empresa de Licores de Cundinamarca. No hay un mismo “bloque empresarial” disputando ambos mercados; hay, más bien, universos de oferentes distintos.

Cuando se mide el solapamiento de oferentes entre mercados, la evidencia es todavía más contundente. El índice de superposición (OSI)6 , que suma para cada empresa el mínimo de sus dos cuotas (cerveza y licores) como aproximación al “peso” que realmente comparten, promedia apenas 0,81 % en 2015–2024 y es 0,9 % en 2024.



En términos sencillos: menos de un punto porcentual del mercado puede atribuirse a empresas que, a la vez, tengan un peso semejante en las dos categorías; el resto

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

pertenece a agentes distintos. Este resultado no se sostiene si hubiera un nexo competitivo significativo, pues esperaríamos un OSI mucho mayor.

En la misma línea, la intersección de los cinco mayores (Jaccard Top-55) es prácticamente inexistente: su valor medio es 0,054 para todo el periodo y en 2024 es exactamente 0, lo que significa que los cinco líderes de un mercado no coinciden con los cinco líderes del otro. De hecho, en seis de los diez años la intersección es nula.

Estos hallazgos se refuerzan al observar los liderazgos a lo largo del tiempo: en los diez años analizados, los líderes de cada mercado nunca coinciden; el indicador “líder distinto” toma valor uno en 10 de 10 observaciones. Sumado a ello, el número de participantes con presencia material también difiere: mientras cerveza termina con solo dos empresas por encima del 1 % en 2024, en licores hay once. Aun si se alegara que la categoría “others” agrega competidores menores, esa agregación, de existir, actúa de manera conservadora para el argumento, pues tiende a inflar la concentración y no a reducirla; pese a ello, la brecha entre categorías permanece y es amplia.

Con base en la evidencia de Euromonitor para Colombia, se reconstruyó la mezcla de canales minoristas de venta (off-trade) de cerveza y de licores destilados entre 2010 y 2024 y se evaluó si, a través de esos canales, pudiera sostenerse una conexión competitiva entre ambos mercados. Para lograrlo, se normalizaron las participaciones de cada canal a 100 % por año y categoría, y se aplicaron métricas que describen, por un lado, cuán concentradas o diversificadas son las ventas dentro de cada mercado y, por otro, qué tan parecidas —o distintas— son las dos mezclas de canales entre sí. La interpretación se efectuó con criterios simples: si existiera conexión competitiva por el lado de la distribución, debería observarse que las dos categorías dependen de los mismos canales en proporciones comparables, que concentran su venta en grados semejantes y que, en conjunto, sus estructuras de canales son cercanas.

Porcentaje de participación por Canales: Cerveza Vs Licores destilados 2010.

Canal	Cerveza (%)	Licores destilados (%)	Diferencia
Tiendas de barrio	76,7	38,6	38,1
Tiendas especializadas en alimentos, bebidas y tabaco	15,6	29,1	-14
Supermercados	5,1	15,5	-10,4
Hipermercados	2,4	16,8	-14,4
Tiendas de conveniencia	0,2	0	0,2
Tiendas de descuento	0	0	0

Porcentaje de participación por Canales: Cerveza Vs Licores destilados 2024.

Canal	Cerveza (%)	Licores destilados (%)	Diferencia
Tiendas de barrio	71,3	30,2	41
Tiendas especializadas en alimentos, bebidas y tabaco	15,8	30,2	-14
Supermercados	7	15,2	-8,2
Hipermercados	4	18,6	-15
Comercio electrónico	1,2	4,5	-3,3
Tiendas de descuento	0,5	1,3	-0,8
Tiendas de conveniencia	0,2	0	0,2

Al revisar la distribución por canales se constata una diferencia fuerte y persistente. En 2024, la cerveza coloca el 71,3 % de su volumen off-trade en “small local grocers” (tienda tradicional), 15,8 % en “food/drink/tobacco specialists” y 7,0% en supermercados; los licores, en cambio, dependen en 30,2 % de tiendas especializadas en bebidas/tabaco, 30,2% de tienda tradicional, 18,6 % de hipermercados y 15,2% de supermercados. Las brechas más relevantes en 2024 se ubican precisamente en los canales decisivos: la cerveza exhibe una ventaja de 41,1 puntos porcentuales en tienda



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

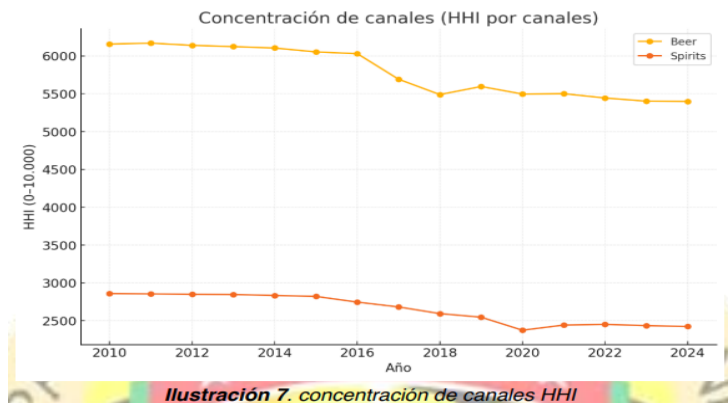
tradicional (71,3% frente a 30,2 %), mientras los licores aventajan en hipermercados por 14,6 puntos y en tiendas especializadas por 14,4 puntos; también muestran mayor peso en supermercados, con 8,2 puntos de diferencia. Al retroceder a 2010 se corrobora que la asimetría no es coyuntural: la distancia en tienda tradicional ya era de 38,1 puntos (76,7 % en cerveza frente a 38,6 % en licores), y licores se apoyaba mucho más que cerveza en hipermercados y en especialistas. Se trata, por tanto, de patrones estables de comercialización, no de un cruce puntual.



Para medir el tamaño global de la diferencia entre las dos mezclas de canales se utilizó la distancia variacional, que indica cuánta proporción habría que “reubicar” de un canal a otro para que ambas distribuciones se hicieran iguales. El promedio del período asciende a ~39,6 puntos porcentuales y alcanza 41,3 puntos en 2024 (era 38,3 en 2010). En términos llanos, más de cuarenta puntos de la mezcla por canales tendrían que desplazarse cada año para que cerveza y licores vendieran por los mismos canales y en la misma proporción; una brecha de ese orden es incompatible con la idea de una distribución comparable. Esta lectura se refuerza con la divergencia de Jensen-Shannon⁷ que toma valores positivos sostenidos (promedio ~0,131 bits y 0,136 en 2024), confirmando que, aun cuando algunos canales lleven nombres iguales, los pesos que recibe cada uno son suficientemente distintos como para que las estructuras no sean equivalentes.

Se evaluó también la concentración por canales dentro de cada mercado, que revela cómo se reparte la venta entre pocos o muchos formatos. En 2024, el índice de concentración por canales (HHI) en cerveza alcanza aproximadamente 5.400 puntos, con una participación del principal canal del 71,3% y de los tres principales del 94,1 %, lo que delata una altísima dependencia de un solo canal. En licores, el HHI por canales es cercano a 2.423, con 30,2 % para el canal líder y 79,0% para los tres principales, indicadores de una distribución significativamente más diversificada entre formatos modernos y especializados. A efectos de competencia, dos mercados que concentran sus ventas en grados tan distintos (uno eminentemente tradicional y el otro más repartido entre formatos modernos y especialistas) no describen la misma realidad de acceso y rivalidad en el punto de venta.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917



En conjunto, la evidencia de canales descarta la tesis de conexión competitiva entre cerveza y licores destilados. Se observa una dependencia estructuralmente distinta: la cerveza se apalanca en la tienda tradicional en una proporción extraordinariamente elevada y constante, mientras los licores construyen su presencia con mayor énfasis en tiendas especializadas y formatos modernos como hiper y supermercados. Las métricas integrales —distancia variacional por encima de 40 puntos en 2024, divergencia de Jensen–Shannon positiva y estable, y una concentración por canales mucho mayor en cerveza— son consistentes entre sí y conducen a la misma conclusión: se trata de cadenas de comercialización diferentes, con especializaciones de canal divergentes y, por lo tanto, con dinámicas competitivas que no se traslapan. Bajo este cuadro, sostener que existe una conexión competitiva entre ambos mercados a través de los canales de distribución carecería de sustento técnico.

En conjunto, la evidencia en la divergencia de los canales de distribución descarta nuevamente la tesis de conexión competitiva entre cerveza y licores destilados. Se observa una dependencia estructuralmente distinta: la cerveza se apalanca en la tienda tradicional en una proporción extraordinariamente elevada y constante, mientras los licores construyen su presencia con mayor énfasis en tiendas especializadas y formatos modernos como hiper y supermercados.

Las métricas integrales —distancia variacional por encima de 40 puntos en 2024, divergencia de Jensen–Shannon positiva y estable, y una concentración por canales mucho mayor en cerveza— son consistentes entre sí y conducen a la misma conclusión: se trata de cadenas de comercialización diferentes, con especializaciones de canal divergentes y, por lo tanto, con dinámicas competitivas que no se traslapan. Bajo este cuadro, sostener que existe una conexión competitiva entre ambos mercados a través de los canales de distribución carecería de sustento técnico.

De la evidencia reunida se concluye que la supuesta conexión competitiva no encuentra respaldo técnico. Las cantidades consumidas evidencian que la cerveza consolida su peso relativo a lo largo del período y que los licores no aumentan su participación como cabría esperar si existiera sustitución; más bien, las dos series se mueven en el mismo sentido ante factores macroeconómicos y de coyuntura, lo que es incompatible con un juego de suma cero.

Por su parte, la inspección por empresas revela universos de oferentes distintos, niveles de concentración dispares, solapamiento mínimo entre líderes y estructuras jerárquicas que no se replican de un mercado a otro, de modo que la rivalidad empresarial opera dentro de cada categoría y no entre categorías.

El análisis por canales refuerza esa conclusión: existe una diferencia estructural amplia y estable en la mezcla de formatos, con la cerveza concentrada en la tienda tradicional y los licores más presentes en hiper/supermercados y en especialistas, brechas que no

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

pueden conciliarse con una lógica de concurrencia en los mismos espacios competitivos. En conjunto, los tres frentes del análisis —demanda, oferta y distribución— convergen en el mismo veredicto: se trata de mercados distintos, con agentes, reglas y rutas comerciales diferentes; sostener una conexión competitiva entre la cerveza y los licores destilados carece de sustento técnico y jurídico.

De todo lo dicho y expuesto mediante el análisis de datos en el mercado de las cervezas respecto al de los destilados, se pueden extraer las siguientes conclusiones parciales:

I. La teoría de la conexión competitiva requeriría, como mínimo, que el conjunto de oferentes fuese sustancialmente el mismo y que la jerarquía de participación se repitiera entre mercados.

II. Para que exista una conexión competitiva, al interior del análisis de datos aportado debería observarse una evolución parecida del poder de mercado por empresa en ambas categorías. Nada de eso ocurre aquí: no hay oferentes comunes con peso relevante.

III. Contrario a lo que podría esperarse en el caso de conexidad en los mercados, para el caso los cinco mayores productores no se solapan; la semejanza estructural es prácticamente nula y, en vez de una jerarquía parecida, aparece una relación inversa.

IV. Todo ello se suma a lo que ya se había demostrado con cantidades consumidas: las series de volúmenes de cerveza y licores se mueven juntas —no se sustituyen—, de modo que tampoco por el lado de la demanda hay señales de rivalidad directa.

V. En conjunto, la evidencia de estructura por empresas y la evidencia de cantidades convergen en un mismo punto: cervezas y licores destilados son mercados distintos, con agentes, concentraciones y liderazgos diferentes; no existe una conexión competitiva entre ellos.

3.3. Propiedades distintas, productos distintos; consumidores distintos: comparativa técnica y normativa entre la cerveza vs. El aguardiente

Definiciones normativas entorno a ambos productos:

El Decreto reglamentario 1686 del 2012, “Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano” contiene definiciones específicas respecto a la cerveza, del aguardiente, las cuales deben ser tenidas en cuenta en el abordaje del marco normativo aplicable al caso concreto y conforme a la interpretación armónica de los argumentos, datos y hechos expuestos en el presente recurso.

Así las cosas, el articulado normativo en su artículo 3 define al aguardiente anisado como una bebida obtenida mediante la dilución de alcohol etílico rectificado de origen agrícola, adicionada con esencias de anís y con una graduación alcohólica entre 24 % y 35 % vol.; en tanto a la cerveza la define como cerveza una bebida resultante de la fermentación alcohólica, por acción de levaduras, de mostos preparados con malta de cebada o de trigo, lúpulo, agua potable, y eventualmente adjuntos cerveceros.

Lo expuesto, entre otros datos de relevancia que reafirman la distinción entre el aguardiente y la cerveza, se condensa en la siguiente tabla:

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Producto	Cerveza	Aguardiente
Obtención	Fermentación	Destilación
Naturaleza	Biológica (enzimática, por levaduras)	Fisicoquímica (separación térmica)
Materia prima	Azúcares simples (glucosa, maltosa, sacarosa) proveniente de cereales.	Líquido ya fermentado fermentación de azúcares a través de la caña de azúcar y el anís.
Condiciones	Anaerobias, 18–30 °C, control pH	Calor (78–100 °C), equipos de destilación
Producto final	Bebida fermentada de baja graduación (4–12°)	Bebida destilada de alta graduación (35–70° diluida)
Perfil sensorial	Amargor y carbonatación	Dulzor o anisado
Graduación alcohólica	4°	24-40°

Aspectos tributarios: La cerveza y los licores destilados, como el aguardiente y el ron, tienen esquemas impositivos distintos en Colombia, lo que afecta directamente su precio final para el consumidor.

- Impuesto para la cerveza: La cerveza está sujeta a un impuesto al consumo con una tarifa ad valorem del 48% sobre el precio de venta al público y un IVA del 19%.
- Impuesto para licores destilados (aguardiente y ron): Estos licores tienen un impuesto al consumo mixto, compuesto por dos partes:
 - o Un componente específico que se cobra por cada grado de alcohol.
 - o Un componente ad valorem que se calcula como un porcentaje sobre el precio de venta al público.

Además de esto, existe una gran diferencia en la base gravable: la cerveza tiene una base gravable que no incluye el valor del envase, mientras que la base gravable de los licores sí lo incluye. La estructura de impuestos para licores destilados está regida por la Ley 1816 de 2016, que estableció un régimen de monopolio rentístico para los departamentos y un esquema tributario que busca unificar y simplificar los gravámenes, lo que contrasta con el sistema aplicado a la cerveza.

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) resalta la diferencia fundamental en el proceso de producción de las bebidas alcohólicas. El sistema de codificación, utilizado para fines estadísticos y de regulación, categoriza la elaboración de la cerveza bajo el código CIIU 1102, que corresponde a las "bebidas fermentadas no destiladas". Por otro lado, la fabricación del aguardiente y el ron se clasifica en el código CIIU 1101, que engloba la "destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas". Esta distinción refleja con precisión que la cerveza se elabora a partir de un proceso de fermentación, mientras que el aguardiente y el ron requieren un proceso adicional de destilación para concentrar el alcohol.

En resumen, la cerveza, al tener un esquema tributario diferente y, por lo general, una menor carga impositiva por grado de alcohol tiende a tener un precio más bajo que los licores destilados. Esto se debe a que la carga tributaria sobre los licores destilados, como el aguardiente y el ron, es más compleja y, en muchos casos, más alta.

3.4. Análisis en concreto de los tipos de consumidor para los productos de interés (cerveza vs. aguardiente)

Con base en la evidencia de Euromonitor para Colombia, se reconstruyó la mezcla de canales minoristas de venta (off-trade) de cerveza y de licores destilados entre 2010 y 2024 y se evaluó si, a través de esos canales, pudiera sostenerse una conexión competitiva entre ambos mercados. Para lograrlo, se normalizaron las participaciones



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

de cada canal a 100 % por año y categoría, y se aplicaron métricas que describen, por un lado, cuán concentradas o diversificadas son las ventas dentro de cada mercado y, por otro, qué tan parecidas —o distintas— son las dos mezclas de canales entre sí.

La interpretación se efectuó con criterios simples: si existiera conexión competitiva por el lado de la distribución, debería observarse que las dos categorías dependen de los mismos canales en proporciones comparables, que concentran su venta en grados semejantes y que, en conjunto, sus estructuras de canales son cercanas.

Sin embargo, tal y como se expone en líneas precedentes, no existe riesgo de confusión entre cerveza y aguardiente, dado que sus características organolépticas, procesos productivos y contextos de consumo los diferencian marcadamente y por ende, refieren a entornos de consumo y a público completamente disímil, lo cual reduce a su mínima expresión cualquier riesgo de confusión.

Para ilustrar mejor la situación de sustento: resulta inviable, poco habitual y atípico, un escenario en el cual un consumidor promedio (sea en un supermercado, tienda, bar, licorera o almacén de cadena) desee comprar cerveza para consumir y por confusión o inducción, termine adquiriendo un licor destilado por un vicio del consentimiento, ya que la composición del trago, su sabor, sus propiedades y su contexto de consumo difiere significativamente.

Ahora bien, lo desarrollado no significa una exclusión de un producto respecto a otro al interior del mercado de “las bebidas” -asignando una categoría bastante amplia para fines netamente ilustrativos del presente recurso-, sino la reafirmación de que la coexistencia comercial es posible y, de hecho, enriquecedora, porque amplía la oferta cultural y gastronómica sin comprometer la identidad de cada bebida sin generar una mengua en el alcance de cada tipo de bebida al no existir solapamiento, hecho que se recoge en la siguiente tabla:

Criterio	Cerveza	Aguardiente
Contexto de uso	Asados y reuniones familiares: Suele consumirse en horas de la tarde (12:00–18:00) como	Fiestas tradicionales y celebraciones regionales: Ej. ferias, fiestas patronales, carnavales (Carnaval de Negros y Blancos, Feria de
	acompañamiento de comidas.	Manizales, Feria de las Flores).
Entornos masivos	Conciertos y festivales musicales: Se consume masivamente en horario nocturno (18:00–23:00), porque es accesible, se vende en grandes volúmenes y permite socialización sin una rápida embriaguez.	Reuniones sociales entre amigos: Es visto como una bebida “para compartir en ronda”, con consumo concentrado en la noche.
Tendencia general	El pico de consumo es viernes y sábado entre las 18:00 y las 21:00 horas, con una creciente penetración en hogares (ocio y celebraciones pequeñas).	Aunque su consumo ha disminuido, sigue siendo fuerte en departamentos como Antioquia, Caldas, Tolima, Huila y Nariño, donde tiene valor cultural.

Estos patrones confirman que el consumidor colombiano diferencia claramente entre categorías de bebidas alcohólicas, no solo por sus características técnicas (fermentada vs. destilada), sino también por sus usos sociales y contextos de consumo. En

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

consecuencia, se valida lo señalado por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) en el marco de la Resolución No. 4839: no existe riesgo de confusión ni competencia directa entre la cerveza y los licores destilados como ron o aguardiente, lo que permite su coexistencia tanto en el mercado como en eventos conjuntos sin afectar la identidad propia de cada bebida. El análisis de horarios, contextos y tendencias de consumo en Colombia muestra que la cerveza, el ron y el aguardiente cumplen roles sociales y culturales diferentes, sin superponerse de manera directa.

3.5. Análisis armónico e integral de la marca: comparación entre los productos conforme a las disposiciones del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

De acuerdo con el abordaje de elementos entre signos en conflicto conforme a las disposiciones desarrolladas al interior de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, se tienen 4 aspectos para tener en cuenta al momento de determinar el riesgo de confusión o asociación:

I. Ortográfica: semejanza de los signos desde el punto de vista de su configuración. Es decir, revisión de las vocales, sílabas, raíces, terminaciones comunes de los signos en conflicto a fin de reducir el riesgo de confusión.

II. Fonética: semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de la similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones. Sin embargo, también debe tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

III. Conceptual o ideológica: Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante.

IV. Gráfica o figurativa: Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan.

Esto significa que la comparación entre dos marcas que se hallen en conflicto 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 este orden de ideas, la jurisprudencia de la Superintendencia de Industria y Comercio, así como la plasmada por el Consejo de Estado (ambas en atención a lo desarrollado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina), ya han decantado de manera expedita que, al momento de hacer la comparación entre los signos, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. Conforme a lo ya expuesto, se ha determinado que, en dicho ejercicio de cotejo de marcas, el observador habrá de “ponerse en el lugar del consumidor”, enfatizando en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

Si bien ya se ha asumido por parte de las diferentes autoridades judiciales y jurisdiccionales que al momento de realizar el ejercicio de cotejo 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 procede a presentar en el siguiente cuadro una comparativa entre las marcas correspondientes a ambos productos a fin de evidenciar que, **inclusive en el caso de un cotejo simultáneo, se puede evidenciar a todas luces la amplia diferencia existente entre una y otra marca:**



Superintendencia de
Industria y Comercio

Resolución N° 22913

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Ref.	Marca solicitada	Marca en conflicto
Logotipo en extenso		
Tipografía en el logotipo	"Aguardiente" se presenta en una fuente manuscrita, con estilo grunge o desgastado. "COMUNERO" es una fuente exclusiva y personalizada, con serfas marcadas y terminaciones decorativas, como el remate de la "C" que se extiende hasta fundirse con la "M". - Esta fuente transmite carácter y personalidad distintiva.	- Usa una fuente completamente distinta: tipo sans serif, moderna, limpia y geométrica. - No se observan remates ni detalles ornamentales como en "Aguardiente Comunero".
Estética del logo	Tiene un diseño artesanal y ornamentado, con textura visual que evoca raíces históricas, resistencia y patrimonio cultural.	- La composición es más estandarizada, texturas tipo grunge en el pergamino. - Visualmente, proyecta una identidad más contemporánea,
	- La disposición de los elementos genera impacto visual y transmite tradición. - Representa la Hoya del Río Suárez conocido por su identidad propia y el desarrollo de su economía alrededor del cultivo de la caña de azúcar.	- asociada a cervezas artesanales jóvenes. - Representa un personaje femenino con detalles a tinta y sombreado oscuro, en la parte superior de la palabra "Comunera", sin detalles mayores o adicionales.
Identidad conceptual y manejo del mercado	Fotos de la Empresa Santandereana de Licores para la comunicación en la marca "Aguardiente Comunero". - La palabra "Comunero" hace alusión directa a los movimientos históricos de los Comuneros en Colombia, lo cual se refuerza con la estética visual del logo. - El uso de tipografía rústica, estilo de pincel, y diseño heroico evoca una marca con valor simbólico y tradición.	Fotos de las redes de "Cerveza Comunera" - Aunque también utiliza la raíz "Comunera", su narrativa visual no remite a movimientos históricos. - Su estética es más comercial y menos simbólica. - El público objetivo parece ser más joven y urbano, con un enfoque en el consumo alternativo o "cra_t".

Vale la pena referir lo desarrollado por el Tribunal de justicia de la Comunidad Andina respecto a cómo, las marcas deben analizarse de manera integral y cómo en aquellas marcas de naturaleza mixta, el elemento gráfico “suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”, situación que acontece tanto para la marca Aguardiente Comunero, con un diseño de estilo antiguo, evocando a épocas de la Nueva Granada y en donde predomina esencialmente el color azul; respecto a la marca Cerveza Comunera, con un diseño industrial en el que predominan los colores beige y negro.



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

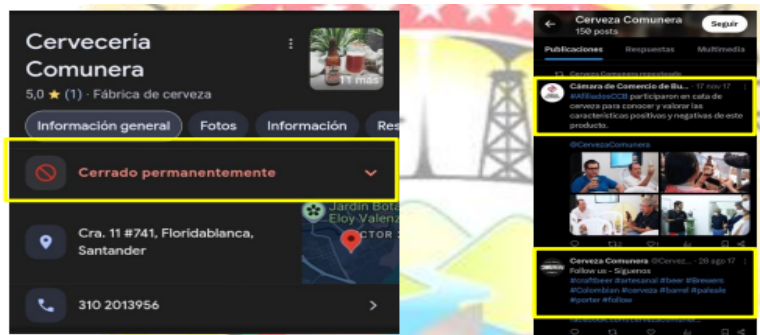
(...) De todo lo desarrollado podrá llegar a colegir este Despacho, sin asomo de duda, debido a la contundencia de las evidencias y los argumentos, que se configuran los siguientes cuatro hechos y elementos compositivos:

- Las tipografías y estilos visuales son completamente diferentes.
- La categoría de producto es distinta: aguardiente vs. cerveza.
- El enfoque conceptual y narrativo difiere: “Comunero” apela a historia y patrimonio; “Comunera” a modernidad y tendencia.
- La construcción de identidad visual tiene elementos suficientemente distintivos que impiden asociación o vinculación directa en la mente del consumidor.

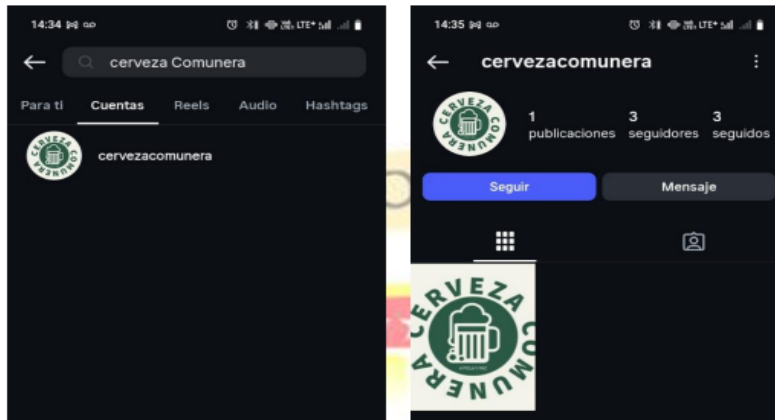
4. Ausencia de notoriedad, desuso y solicitud de cancelación de la marca “Comunera”

El 09 de septiembre de 2025 se presentó ante esta Superintendencia la solicitud de cancelación de la marca “COMUNERA” (Mixta) al interior del expediente SD2025/0018589, la cual fue admitida por parte de la Dirección de Signos Distintivos y comunicada mediante el Oficio 15366 del 09 de setiembre del 2025 solicitando que se demuestre el uso continuado de la marca en el tiempo transcurrido entre el 05 de marzo del 2022 y el 05 de marzo del 2025.

Dentro de los argumentos que se tienen para la solicitud de cancelación de la marca, se tiene la falta de uso comercial de la misma en torno al producto cerveza “COMUNERA”, de tal suerte que al revisar las redes sociales y buscar en internet cualquier rastro de publicidad por parte de la marca para la comercialización del producto, no se observa acción alguna desde el año 2017, fecha en la cual fue el lanzamiento de la cerveza y donde se observó su auge comercial, quedando después en el olvido por falta de posicionamiento en el mercado.



Arriba, **Ilustración 8**, perteneciente a los resultados arrojados por el buscador de Google, donde se tiene que la fábrica de la cerveza *Comunera* se encuentra cerrada de manera permanente. A su lado, **Ilustración 9**, perteneciente a la red social “X”, donde se observa que no se ha generado publicidad de la cerveza *Comunera* desde el año 2017. Abajo, **Ilustraciones 10 y 11**. Correspondientes a la red social Instagram, donde se observa que no hay usuarios o rastros de ejercicio de mercado respecto a la cerveza *Comunera*.



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Por la misma vía se halla la red social Instagram, en la cual, si bien se esperaría algún resultado conducente, cierto es que al momento de buscar usuarios correspondientes a cerveza “Comunera”, no se tienen resultados que permitan definir actuaciones comerciales en favor de la marca, salvo por un usuario sin mayor peso (3 seguidores), el cual difícilmente se puede relacionar con la marca en cuestión por tener diseño y concepto visual completamente distinto, sin mayor precisión de su procedencia, por demás.

Otra prueba de la falta de uso y posicionamiento en el mercado del producto se halla en la ausencia de registro sanitario para la comercialización de este tipo de bienes. Mediante consulta en las bases de datos del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA, se tiene que, a la fecha, el producto de consumo cerveza “COMUNERA” adolece de registro sanitario, tal y como puede verse a continuación:



Ilustración. 12. Búsqueda de cerveza “Comunera” en consulta de datos del Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos – INVIMA, con fecha del 12 de septiembre del 2025 a las 3:20 pm.



Ilustración. 13. Búsqueda de “Comunera” en consulta de datos del Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos – INVIMA, con fecha del 12 de septiembre del 2025 a las 3:20 pm.

La ausencia de uso entorno a una marca debe ser un factor crucial a la hora de generar limitantes en el proceso de registro y legalización de otros productos, ya que la limitación

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

en sí de un bien o servicio por consecuencia de otro que no se encuentra desarrollándose y circulando, resulta ser en sí mismo una práctica contraria a las sanas dinámicas de libre competencia, en tanto que no se está generando una protección material a un bien jurídico o a un competidor con legítimo derecho, sino que se genera una limitante para la ampliación y fortalecimiento de la oferta en favor del consumidor

(...) Finalmente, pero no menos importante, a fin de dilucidar la existencia o ausencia de actividad comercial y así, acercarnos las partes a la verdad procesal, se ha procedido a solicitar vía derecho de petición ante la Secretaría de Hacienda de Santander, un informe de los posibles pagos efectuados en relación con el producto cerveza “COMUNERA” por concepto del impuesto al consumo de cervezas, sifones, refajos y mezclas de origen extranjero, correspondiente al periodo comprendido entre el año 2015 y la fecha actual, arrojando pagos por parte de la Cervecería Local S.A.S., actualmente inactiva desde el año 2018.

Conforme a lo dicho, se expone el reporte de pagos registrados:

5. Oposición presentada al interior del expediente SD 2024/0004723 y antecedentes de competencia desleal con el sujeto relacionado

Dentro de las distintas solicitudes realizadas para el registro de la marca “AGUARDIENTE COMUNERO” (Nominativa) por concepto de la clase 41 Internacional, se consigna la oposición a la solicitud de registro de la marca a nombre de Juan Sebastián Galvis Adarme, teniendo como apoderado al señor Danny Alirio Villamizar Meneses.

Así las cosas, dentro del escrito formulado por el apoderado de la parte opositora, se tiene como argumento para la nugatoria, la configuración del impedimento descrito en el literal “a” de la Decisión 486 de la Comunidad Andina en los siguientes términos:

“El signo solicitado AGUARDIENTE COMUNERO(Nominativo) CI 41 Internacional, crea un riesgo de confusión con la marca registrada COMUNERA® (Mixta) CI 32 Internacional, pues como se demostrará más adelante, reproduce desde todos los aspectos la totalidad de la denominación protegida, y a su vez, pretende distinguir servicios relacionados competitivamente con los productos de mi representado”.

Ahora bien, tal y como lo manifiesta el señor Villamizar Meneses en la oposición presentada, para el caso del expediente SD 2024/0004723, la solicitud de registro sobre la marca “AGUARDIENTE COMUNERO” versa sobre la clase 41 internacional (servicios) descrita según la OMPI como: “(...) los servicios prestados por personas o instituciones para desarrollar las facultades mentales de personas o animales, así como los servicios destinados a divertir o entretener”; en tanto la cerveza “COMUNERA” se halla inscrita para la clase 32 internacional (productos), descrita según la OMPI así: “comprende principalmente las bebidas sin alcohol, así como las cervezas”.

Tal y como se desarrolló minuciosamente en el acápite tercero de este escrito, no hay forma ni riesgo de solapamiento de mercados, más aún si se tiene en cuenta las características con las que cuenta la clase 41 internacional respecto a la clase 32 Internacional cuyos conceptos, ni aun hilando fino, podrían considerarse como siquiera complementarios. Conforme a lo anterior, habrá sido suficiente ilustración todo lo expuesto por la recurrente apoyándose en datos y cifras a fin de sustentar que, inclusive ante el comparativo entre las clases 32 y 35 de la clasificación internacional, sigue sin existir riesgo de prácticas restrictivas a la libre competencia.

Por tanto, carece de sustento lógico y jurídico el alegato expuesto por el opositor en el caso de referencia.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Sin embargo, si resulta especialmente importante analizar, en ejercicio de las reglas de la experiencia y la sana crítica¹² ante hechos notorios plenamente conocidos y otros procedimentales previamente probados y corroborables a lo largo de las distintas actuaciones desarrolladas por la parte recurrente, una evaluación sobre la conexidad existente entre la marca cerveza “COMUNERA” y el señor DANNY ALIRIO VILLAMIZAR MENESES, quien funge como apoderado en la oposición presentada, así como en otras tantas actuaciones desplegadas en contra de los intereses de la Empresa Santandereana de Licores y del Departamento de Santander.

5.1. Contexto situacional en torno a la comisión de actos de competencia desleal entre el Departamento de Santander a través de su Empresa Santandereana de Licores y el señor Danny Alirio Villamizar Meneses, a través de la Empresa Licorera de Santander S.A.S. BIC:

En febrero de 2000 se ordenó la liquidación de la Empresa Licorera de Santander (ELS)¹³, hecho reportado por prensa nacional y reseñado por la historiografía reciente. Pese a ello, el Aguardiente Superior no desapareció: la marca continuó en el mercado mediante tercerización (Licorera de Cundinamarca) y, en 2005, se anunció su retorno a Bucaramanga, reconociéndosele como “el más emblemático licor” de la ELS. Esto prueba continuidad de explotación y permanencia del aprecio del público (Good Will), independiente del cese de la persona jurídica original.

El 6 de mayo de 2020 se matriculó ante la Cámara de Comercio la sociedad Empresa Licorera de Santander S.A.S., homónima de la entidad liquidada; paralelamente, particulares tramitaron ante la SIC los derechos sobre “Aguardiente Superior” y “Ron Búcaro”, lo que originó una controversia pública y acciones anunciadas por la Gobernación.¹⁵ La prensa local y nacional documenta el debate desde calificativos críticos (“empresa de papel”) hasta la defensa de la legalidad del trámite por parte de un exsuperintendente de Industria y Comercio, quien indicó que la concesión en 2020 se hizo “conforme a las normas”. En todo caso, ello no excluye un análisis de buena fe ni del riesgo de confusión en sede marcaria.

Mientras se reactivaba la licorera pública (ESL, EICE), medios y la propia ESL emitieron comunicados para aclarar que el “Aguardiente Superior” comercializado por la sociedad privada no es un producto oficial del Departamento, evidencia empírica de confusión o asociación en el mercado que afecta el origen empresarial percibido.

La recomposición institucional con la creación de la Empresa Santandereana de Licores (EICE) en 2024 y su política marcaria activa, que reafirman la protección del origen público y la necesidad de evitar confusión en el mercado. La Empresa Santandereana de Licores es una Empresa Industrial y Comercial del Estado 100 % pública, del sector descentralizado y del orden departamental, vinculada a la Secretaría de Hacienda del Departamento de Santander¹⁹, contemplan en el parágrafo transitorio del artículo 4 que la Gobernación de Santander a través de su representante legal o quien este delegue, podrá adelantar de manera directa el registro de las marcas de la Empresa, y posteriormente realizar todos los trámites a que haya lugar para que los mismos sean transferidos a ésta.

A continuación, se procede a mencionar los actos de competencia desleal de mayor relevancia, desarrollados por la Empresa Licorera de Santander S.A.S. BIC, en contra del departamento, a fin de generar inducciones al error y confusión en los consumidores, así como en aprovechamiento de los intangibles comerciales desarrollados por el departamento:

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

A. Apropiación ilegítima del nombre comercial de la extinta Empresa Licorera de Santander y hacerle creer a los consumidores que es la misma empresa.

En vista de los problemas legales de la otrora Empresa Licorera de Santander del Departamento, TERCEROS procedieron a registrar el día 6 de mayo de 2020 ante la Cámara de Comercio de Santander una sociedad con la razón social “Empresa Licorera de Santander S.A.S BIC - ELS S.A.S BIC”²⁰. Es decir, utilizaron una denominación idéntica a la de la empresa del Departamento. En dicho registro público consta su constitución por parte de Danny Alirio Villamizar Meneses, Alcibíades Blanco Téllez y sus esposas Juliana Patricia Villabona Pabón y Diana Carolina Sánchez Porras.

B. Apropiación ilegítima del nombre comercial de la nueva empresa del Departamento, Empresa Santandereana de Licores, y hacerle creer a los consumidores que las actividades que ellos adelantan provienen de dicha empresa.

No siendo suficiente con ello, y dado que la Empresa Santandereana de Licores no sólo había nacido a la vida jurídica mediante la Ordenanza 12 de 2024 de 31 de julio de 2024 con esa denominación, sino que había obtenido los depósitos de los nombres comerciales y enseñas relacionados en el acápite anterior, estos TERCEROS, una vez conocieron el nombre de la nueva empresa del Departamento, procedieron rápidamente a constituir en la Cámara de Comercio una sociedad por acciones simplificadas utilizando como razón social “Empresa Santandereana de Licores SAS”, es decir la nuestra. Tal como consta en la Cámara de Comercio el registro de esa sociedad fue realizado el día 22 de agosto de 2024 y en él figura como Representante Legal el señor Danny Alirio Villamizar.

Huelga precisar que en este momento el Departamento de Santander se encuentra tramitando ante la SIC la protección de los signos distintivos “Empresa Santandereana de Licores”, “Empresa Licorera de Santander”, tal como consta dentro de los expedientes SD2025/0000861, SD2024/0087961, SD2024/0087960, SD2024/0087962, SD2024/0087966, SD2024/0087964, SD2024/0087997, SD2024/0088005; en el marco de los cuales los citados TERCEROS han presentado oposiciones, como parte de la estrategia para entorpecer las acciones adelantadas por el Departamento y por su Empresa Industrial y Comercial; incluida la que es objeto de pronunciamiento por parte del suscrito.

C. Apropiación ilegítima de los signos distintivos que posicionó en el mercado la extinta Empresa Licorera de Santander con el fin de inducir al error a los consumidores respecto a los productos que se ofertan y generando confusión entre la Empresa Santandereana de Licores (pública) y la Empresa Licorera de Santander (privada), a fin de obtener ventajas en el mercado:

Como si fuera poco estos TERCEROS intentan adueñarse de los signos distintivos posicionados en el mercado por la extinta Empresa Licorera de Santander (pública), los cuales hacen parte de la cultura de los ciudadanos de la región. Dentro de ellos se encuentran los signos distintivos: “VODKA SANDORF”, “GINEBRA SANDER”, “BUC 58 RON AÑEJO” y “AGUARDIENTE SUPERIOR”.

Como mecanismo para el desarrollo de la estrategia mencionada estos TERCEROS publicitan en sus redes sociales y en diversos medios de comunicación la venta de sus productos utilizando los signos distintivos mencionados. Lo anterior fue puesto en conocimiento de la SIC en la denuncia formulada con el No. 25-20259-0 (Anexo 14).

Ref. Expediente N° SD2025/0000917



Ilustración 15. Captura de pantalla tomada del carrusel de imágenes publicitarias de la página web de la empresa opositora (<https://els-sas.com>). En dicha publicidad se evidencia cómo la contraparte pretende inducir al error al consumidor, haciéndole creer que es la misma Empresa Licorera de Santander, de patrimonio público, fundada en 1923.

También, en el marco de los expedientes SD2024/010138626 , SD2024/005740727 ; así como a las solicitudes de registro No SD2024/0057618 y SD2024/007983428 , SD2024/0057618 y la correspondiente solicitud de cancelación de registro de la anteriormente mencionada, identificada con el expediente SD2024/007983429, el Departamento ha iniciado acciones tendientes a obtener la cancelación de los signos distintivos “AGUARDIENTE SUPERIOR” - expedientes SD2020/0037343 (Registro) / SD2024/0056810 (Cancelación), “RON BÚCARO” -expedientes SD2022/0020754 (Registro) / SD2024/0061997 (Cancelación); y se ha opuesto al registro de otros, verbigracia:

- “Empresa Santandereana de Licores Aguardiente Santandereano”, nominativa, clase 33. SD2024/0087242 (Registro) / SD2024/0105048 (Oposición).
- “AGUARDIENTE SUPERIOR APERITIVO EMPRESA LICORERA DE SANTANDER SAS BIC – ELS. S.A.S. BIC.”, mixta, clase 33. SD2024/0101386 (Registro).
- “AGUARDIENTE SUPERIOR SIN AZÚCAR EMPRESA LICORERA DE SANTANDER”, mixta, clase 33. SD2024/0057407 (Registro).
- “AGUARDIENTE SUPERIOR REPOSADO EMPRESA LICORERA DE SANTANDER SAS BIC”, mixta, clase 33. SD2024/0057618 (Registro) / SD2024/0079834 (Oposición).

D. Entorpecimiento las solicitudes de registro de signos distintivos presentadas por la nueva Empresa Santandereana de Licores.

Los TERCEROS también intentan entorpecer las solicitudes de registros de signos distintivos presentadas por la nueva Empresa Santandereana de Licores. Así las cosas, en el caso del signo “Ron Revolución Comunera”, se han presentado oposiciones, que en principio y de conformidad con lo contemplado en el Ordenamiento Jurídico parecerían normales, pero en los que figuran, de nuevo, los nombres de algunos de esos mismos TERCEROS que ya hemos mencionado, evidenciándose una concurrencia de acciones restrictivas de las buenas prácticas de libre competencia.

Con todo lo expuesto, resultan más que evidentes y probadas las acciones consonantes, reiteradas y articuladas por parte del Departamento de Santander para la recuperación del patrimonio público de la antigua Empresa Licorera de Santander por medio de la actual Empresa Santandereana de Licores, toda vez que la primer mencionada se ha mantenido en el ideario de la población como una de las empresas insignias del departamento desde hace más de 70 años, y sobre la cual han versado diversos aspectos económicos tales como:

I. Los cuantiosos rubros que el Departamento tuvo que invertir a inicios del año 2000 para el pago de los remanentes que quedaron luego de la liquidación de la antigua destilería, quedando estos como deuda histórica para con los santandereanos.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

II. La posibilidad de volver a recaudar dinero por la producción y comercialización de licores en favor del gasto público, conforme a las directrices consignadas en la Ley 1816 de 2016;

III. Los múltiples esfuerzos económicos que a la fecha ha adelantado el departamento para la recuperación de los intangibles que a lo largo de décadas desarrolló posicionó y mantuvo vigentes en la población, traducido en un Good Will significativo que corresponde exclusivamente a la región y que, por ende, no puede ser limitado a un privado.

6. Pertinencia del nombre “comunera” en favor del Departamento de Santander

El uso de nombres característicos de la región por parte de la industria licorera nacional para referir de manera inequívoca al consumidor que se encuentra ante un producto de la empresa industrial del departamento, y que, en consonancia, su consumo favorece al interés público, acuñando también a elementos como el arraigo y el sentido de pertenencia, se observa en diferentes licores de este tipo. Un ejemplo de tal son el “Ron viejo de Caldas”, así como el “Aguardiente Amarillo de Manzanares”.

Dentro de la historia santandereana, la provincia comunera como cuna de la república, tiene un peso significativo por ser el lugar en el cual se desarrollaron múltiples situaciones de la historia precolombina y de la nueva granada.

Así las cosas, la Provincia Comunera hace parte de las 7 provincias del Departamento de Santander y contiene al municipio del Socorro, conocido históricamente como la “Cuna de la Revolución comunera” y por consiguiente, manteniendo a lo largo de la historia de la región, una enorme significancia para sus gentes.

Debido al peso cultural y a la importancia que tiene para el Departamento la Provincia Comunera, la Empresa Santandereana de Licores, como activo del Departamento de Santander y bien de carácter público en beneficio de los santandereanos, ha procurado recobrar en sus productos -del mismo modo que lo hizo la antigua Empresa Licorera de Santander y que lo han realizado las distintas empresas licoreras departamentales a nivel nacional- la identidad del territorio a través de su producción.

Sobre la importancia en la protección de los derechos comunes en el marco de los registros de marcas que refieran a aspectos propios de la cultura y el territorio, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha sido contundente en propender por la protección de estos, en la medida que beneficie los intereses de las mayorías, que para el caso concreto sería el pueblo santandereano.

Que mediante escrito complementario presentado el 28 de octubre de 2025 por la Empresa Santandereana de Licores – ESL EICE, considera pertinente manifestar:

(...) La Empresa Santandereana de Licores – ESL EICE, es una Empresa Industrial y Comercial del Estado, 100% pública, del orden departamental, vinculada a la Secretaría de Hacienda del Departamento de Santander, creada y reglamentada mediante las Ordenanzas departamentales 012 de 2024 y 024 de 2025 y los decretos departamentales 761, 789 y 946 de 2024 y el 456 de 2025. La cual tiene por objeto producir, introducir, distribuir, comercializar, adquirir, transformar, importar y exportar bebidas alcohólicas y no alcohólicas, derivados y productos conexos o complementarios al giro ordinario de sus negocios. Adicionalmente esta encargada de ejercer el monopolio de licores destilados, conforme con la normativa aplicable.

En virtud de lo anterior y con el objetivo de adelantar la solicitud de los signos distintivos necesarios para cumplir con la finalidad de la Empresa Santandereana de Licores -

Resolución N° 22913

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

EICE los Decretos Departamentales 761 y 946 establecieron en el párrafo transitorio del artículo 4 que:

“La Gobernación de Santander a través de su representante legal o quien este delegue, podrá adelantar de manera directa, en el marco de la autorización prevista en la Ordenanza N°012 del 31 de julio de 2024, el registro de las marcas de la Empresa, y posteriormente realizar todos los trámites a que haya lugar para que los mismos sean transferidos a ésta.”

Así las cosas, el Departamento de Santander el 25 de agosto de 2024 inició la solicitud de signos distintivos relacionadas con la familia marcaria Comunera y a la fecha se encuentran reflejadas las acciones adelantadas.

Hechos sobrevinientes relevantes (para que obren en sede de recurso y examen):

1. El caso de estudio de “Aguardiente Comunero” del Departamento de Santander se estructura en torno a cinco solicitudes de registro de marca —mixtas y nominativas— ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), correspondientes a las clases 33, 35 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza, radicadas entre agosto de 2024 y enero de 2025. Se solicitó la acumulación de estos expedientes por identidad comercial y finalidad común dentro de la estrategia de posicionamiento del licor regional. En el curso del trámite, se emitieron las Resoluciones 66508, 66509 y 66510 del 2 de septiembre de 2025, mediante las cuales la SIC negó los registros, argumentando posibles confusiones con la marca “Cerveza Comunera”, en aplicación del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina. Ante dichas decisiones, el apoderado Alexander Robledo Hernández, en representación del Departamento de Santander, interpuso recurso de reposición y en subsidio de apelación el 15 de septiembre de 2025, solicitando la revocatoria de los actos administrativos y la concesión de los registros marcarios.

2. La Superintendencia de Industria y Comercio negó el registro de las marcas “Ron Revolución Comunera”, solicitadas por el Departamento de Santander, al considerar que su uso podría afectar indebidamente derechos de un tercero, con fundamento en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina. En las resoluciones 66502, 66504 y 66505, la entidad determinó que los signos presentan semejanzas ortográficas, fonéticas e ideológicas con la marca previamente registrada “Cerveza Comunera” (Clase 32), generando riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor. La Dirección de Signos Distintivos concluyó que el elemento denominativo “Comunera” es dominante y produce una impresión global de similitud, especialmente dado que los productos de las clases 32, 33 y 41 pueden coexistir en los mismos canales de comercialización y dirigirse al mismo público, a pesar de que el Departamento de Santander justificó la ausencia de una conexidad competitiva y económica que impidiera su coexistencia pacífica en el mercado. Por ello, se negó el registro pese a no haberse presentado oposiciones.

3. En el marco de los trámites marcarios de los signo “Aguardiente Comunero” y “Ron Revolución Comunera”, el antiguo titular de la marca “Comunera”, Juan Sebastián Galvis Adarme, interpuso oposiciones contra las solicitudes de registro SD2025/0023086, SD2025/0004453 y SD2025/0004723 presentadas por el Departamento de Santander. Sin embargo, mediante poder especial autenticado el 23 de septiembre de 2025, otorgó representación a la abogada Zuleima Vega Mendoza, quien presentó ante la Superintendencia de Industria y Comercio memoriales de desistimiento expreso de dichas oposiciones. Posteriormente, el 8 de octubre de 2025, Gustavo Adolfo Ardila Pineda, en calidad de representante legal de Centauros Consultoría S.A.S., nueva titular de la marca Comunera tras su cesión inscrita ante la SIC, ratificó los desistimientos y solicitó el archivo definitivo de las oposiciones, las cuales fueron formalmente radicadas



Ref. Expediente N° SD2025/0000917

bajo los números SD2025/0104810, SD2025/0104813 y SD2025/0104815 el 9 de octubre de 2025, dando por terminadas las actuaciones.

4. El 9 de octubre de 2025, el Departamento de Santander, a través de su apoderado Alexander Robledo Hernández, Jefe de la Oficina Jurídica de la Gobernación, presentó ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) un desistimiento expreso, total y definitivo de la solicitud de cancelación del registro marcario “COMUNERA” (Clase 32, Certificado No. 518938), radicada bajo el expediente SD2025/0018589. El desistimiento radicado SD2025/0104632 se formuló conforme al artículo 18 de la Ley 1437 de 2011 (CPACA), que permite a los interesados desistir de sus solicitudes en cualquier etapa del trámite administrativo, solicitando a la SIC tener por terminada la actuación y proceder al archivo del expediente.

5. Bajo radicado SD2025/0104816 del 09 de octubre se solicitó la transferencia del signo distintivo de tipo marca, naturaleza mixta, denominación COMUNERA para la clase 32 (CERVEZAS, AGUAS MINERALES, GASEOSAS Y OTRAS SIN ALCOHOL) con Certificado de Registro N° 518938 y vigencia hasta el 22 may. 2035 en favor de la Empresa Santandereana de Licores EICE, el cual se encuentra debidamente inscrito en el Sistema de Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio-SIPI.

Efectos jurídicos para el examen de fondo:

- I. Al cesar las oposiciones y desistirse la cancelación, desaparece el conflicto Interpartes;
- II. Al registrarse la titularidad del signo anterior COMUNERA en cabeza de la ESL EICE, se desvanece la causal relativa del art. 136 lit. a) Decisión 486 por ausencia de riesgo de confusión en perjuicio de un tercero.

Hoy como representante legal de la Empresa Santandereana de Licores – EICE y titular de la marca registradas COMUNERA (Registro N° 518938) y en virtud que los Decretos Departamentales 761 y 946 facultaron al Departamento de Santander para adelantar de manera directa el registro de las marcas de la Empresa, me permito solicitar lo siguiente:

1. Reconocer que la ESL EICE es Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden departamental encargada, entre otros, de producir y comercializar bebidas alcohólicas y de ejercer el monopolio de licores destilados; y que el Departamento de Santander estaba facultado para radicar inicialmente las marcas y transferirlas a la ESL EICE conforme a los Decretos 761 y 946 de 2024 (parágrafo transitorio del art. 4).
2. Tener por incorporada e incidencia probatoria en los recursos contra las Resoluciones 66502, 66504 66505, 66508, 66509 y 66510 la documentación sobreviniente relacionada (desistimientos de oposiciones, desistimiento de cancelación y transferencia del registro COMUNERA a favor de la ESL EICE).
3. Revocar en sede de reposición (y subsidiariamente de apelación) las Resoluciones 66502, 66504 66505, 66508, 66509 y 66510, al no subsistir el fundamento de confundibilidad del art. 136 lit. a) Decisión 486, y conceder los registros solicitados para AGUARDIENTE COMUNERO (Cls. 33, 35 y 41) y RON REVOLUCIÓN COMUNERA (Cls. 33, 35 y 41), o, en su defecto, ordenar nuevo examen de fondo con valoración integral de las pruebas sobrevinientes.
4. Tener por desistidas y archivadas las oposiciones SD2025/0004723, SD2025/0023086 y SD2025/0004453, con base en los memoriales y la ratificación de

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Centauros Consultoría S.A.S., y por desistida la cancelación SD2025/0018589, según radicado SD2025/0104632.

Que para resolver el recurso de apelación interpuesto, según el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, es preciso resolver “*todas las peticiones que hayan sido oportunamente planteadas y las que surjan con motivo del recurso*”.

1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: CONFUNDIBILIDAD

1.1. 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.

1.2. La norma

De acuerdo con la disposición andina citada, se requiere la presencia de dos supuestos para su aplicación:

- i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero.
- ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la marca previamente solicitada o registrada.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, al abordar esta causal objeto de estudio, ha indicado de manera reiterada lo siguiente:

Como se desprende de esta disposición, no es registrable un signo que sea idéntico o similar a otro signo registrado o solicitado con anterioridad por un tercero, porque en dichas condiciones carece de fuerza distintiva. Los signos no son distintivos extrínsecamente cuando puedan generar riesgo de confusión (directo o indirecto) y/o riesgo de asociación en el público consumidor¹.

Así mismo, define el riesgo de confusión y de asociación de la siguiente manera:

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.

El riesgo de asociación consiste en la posibilidad de que el consumidor, aunque diferencie las marcas en conflicto y el origen empresarial del producto, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto y otra empresa tienen una relación o vinculación económica.

¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 24-IP-2021.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

1.2.1. Identidad o semejanza de los signos

De este modo, para el primer supuesto se deberá examinar si entre los signos confrontados existe identidad o semejanza, para luego determinar si esto es capaz de generar riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor, teniendo en cuenta que la semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos:

Ortográfica: Se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces, o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que el riesgo de confusión sea más palpable u obvio.

Fonética: Se refiere a la semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones; sin embargo, también debe tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

Conceptual o ideológica: Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante.

Gráfica o figurativa: Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan.

Ahora bien, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina² ha estipulado las siguientes reglas para el cotejo de marcas:

- a) La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto de los signos en conflicto; es decir, cada uno debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad fonética, ortográfica, gráfica o figurativa y conceptual o ideológica.
- b) En la comparación se debe emplear el método del cotejo sucesivo; esto es, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, pues el consumidor difícilmente observará los signos al mismo tiempo, sino que lo hará en momentos diferentes.
- c) El análisis comparativo debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias, pues es en las semejanzas en las que se puede percibir el riesgo de confusión o asociación.
- d) Al realizar la comparación es importante colocarse en el lugar del consumidor y su grado de percepción, de conformidad con el tipo de productos o servicios de que se trate, bajo los siguientes criterios:
 - (i) Criterio del consumidor medio: Si estamos frente a productos y/o servicios de consumo masivo, el criterio del consumidor medio podría ser el soporte

² Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

del análisis de confundibilidad. De acuerdo con las máximas de la experiencia, al consumidor medio se le presume normalmente informado y razonablemente atento, cuyo nivel de percepción es variable en relación con la categoría de bienes o productos, lo que debe ser analizado y ponderado por la autoridad nacional competente.

El grado de atención del consumidor medio es un parámetro importante para el análisis de confundibilidad de signos que diferencien productos o servicios de consumo masivo, bajo el entendido de que puede variar o graduarse según el tipo de producto del cual se trate, pues por vía de ejemplo no se presta el mismo nivel de atención al adquirir productos cosméticos que al comprar pasabocas para fiestas.

- (ii) Criterio del consumidor selectivo: Se basa en un consumidor más informado y atento que el consumidor medio, ya que elige los bienes y servicios bajo ciertos parámetros específicos de calidad, posicionamiento o estatus. Es un consumidor que se ha instruido claramente de las características y cualidades de los productos o servicios que desea adquirir. Sabe detalles estéticos, de calidad y funcionamiento que la media de la población no sabría. Por ejemplo, el consumidor de servicios de restaurantes gourmet es consciente del servicio que prestan, pues sabe datos de su atención al cliente, costo de los platos, manejo publicitario, promociones, etc.
- (iii) Criterio del consumidor especializado: Se basa en un consumidor absolutamente informado y atento sobre las características técnicas, funcionales o prácticas de los productos o servicios que adquiere, teniendo como soporte su alto grado de instrucción técnica o profesional. Dicho consumidor hace una evaluación más prolija del bien o servicios que desea adquirir, lo que debe ser tomado en cuenta por la autoridad nacional competente al realizar el respectivo análisis de confundibilidad.

1.2.2. Criterios de conexidad de los productos o servicios

De conformidad con el artículo 151 de la Decisión 486, las clases de la Clasificación Internacional de Niza no determinarán la similitud ni la disimilitud de los productos o servicios.

De este modo, para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre 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:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos o 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. En términos conceptuales, la sustitución se presenta cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. En términos concretos, para apreciar la sustituibilidad entre productos (o servicios) la autoridad nacional competente tendrá en consideración la finalidad y características de dichos productos (o servicios), el rango de precios entre ellos, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

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 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.

Los criterios de sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad y razonabilidad acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios.

Los siguientes criterios, en cambio, por sí mismos son insuficientes para acreditar relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, pues estos necesariamente tienen que ser analizados a la luz de cualquiera de los tres criterios sustanciales antes referidos:

La pertenencia a una misma clase de los productos o servicios de la Clasificación Internacional de Niza

La inclusión de productos o servicios en una misma clase no resulta determinante para efectos de establecer la conexión competitiva entre los productos o servicios objeto de análisis. En efecto, podría darse el caso de que los signos comparados distingan productos o servicios pertenecientes a categorías o subcategorías disímiles, aunque pertenecientes a una misma clase de la Clasificación Internacional de Niza. Por tanto, este criterio solo podrá ser utilizado de manera complementaria para determinar la existencia de conexión competitiva.

Los canales de aprovisionamiento, distribución o de comercialización los medios de publicidad empleados; la tecnología empleada; la finalidad o función el mismo género; o la misma naturaleza de los productos o servicios

Estos criterios considerados aisladamente no acreditan la existencia de conexión competitiva. Así, por ejemplo, dos productos pueden tener la misma naturaleza o género, pero si los consumidores comprenden con relativa facilidad que los productores de uno no son los productores del otro, no habrá conexión competitiva entre ellos.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Dos productos completamente disímiles (v.g., candados e insecticidas) pueden tener el mismo canal de comercialización (v.g., ferreterías) y compartir el mismo medio de publicidad (v.g., un panel publicitario rotativo), sin que ello evidencie la existencia de conexión competitiva entre ambos. De allí que estos criterios deben analizarse conjuntamente con los criterios intrínsecos para observar la existencia de conexión competitiva.

Asimismo, si los productos o servicios se dirigen a destinatarios diferentes, como regla general, no existirá conexión competitiva.

Por tal razón, para establecer la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios la autoridad consultante, en el caso en concreto, debe analizar si entre ellos existe sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad o la posibilidad razonable de provenir del mismo empresario³.

2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DE LOS SIGNOS A CONFRONTAR

2.1. Naturaleza y descripción del signo solicitado



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta, conformado por la denominación AGUARDIENTE COMUNERO en una caligrafía particular donde destaca por su tamaño el término ‘COMUNERO’, y como elemento gráfico se visualiza la representación gráfica de un marco formado por arabescos y en cuyo interior se aprecia un valle.

También, sobre la denominación se sitúan dos cuchillos que cruzados forman una ‘x’ y sobre su centro lo que parece ser un escudo poco legible en sus trazos y elementos constitutivos, igualmente 7 estrellas pequeñas bajo la fracción ‘MUNE’ de ‘Comunero’.

2.2. Naturaleza y descripción de la marca previamente registrada

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	COMUNERA	Empresa Santandereana de Licores	14230389	10	32	Marca	Registrada

³ Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, conformada por el término 'COMUNERA' en una tipografía especial y la ilustración del rostro de una mujer con cabello rizado y expresión apacible, ubicada sobre la denominación en cita.

3. CASO CONCRETO

3.1. ANOTACIÓN PRELIMINAR

3.1.1. MEMORIAL COMPLEMENTARIO PRESENTADO POR LA EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES – ESL EICE

Antes de adelantar el respectivo examen propuesto oficiosamente por la Dirección de Signos Distintivos, se hace necesario un estudio del concepto de “interesado” dentro del régimen legal administrativo con el fin de determinar la aptitud con que cuenta LA EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES – ESL EICE, Empresa Industrial y Comercial del Estado, 100% pública, del orden departamental y vinculada a la Secretaría de Hacienda del Departamento de Santander, para interponer “Memorial Complementario” presentado el 28 de octubre de 2025, fecha posterior a la Resolución No. 66508 de 2 de septiembre de 2025 proferida por la Dirección de Signos Distintivos, con base en hechos sobrevinientes relevantes que inciden en sede de examen.

Siguiendo lo establecido en diferentes normas que regulan el Procedimiento Administrativo, la doctrina ha reconocido dos tipos de “interesados” en los trámites administrativos y ha establecido sus aspectos generales de la siguiente forma:

- 1) Los “*petitionarios*”, esto es quienes promueven diferentes actuaciones ante las autoridades administrativas, en virtud del derecho de petición consagrado en el artículo 23 de la Constitución y como titulares de derechos o intereses legítimos (literales 1 y 2 del artículo 4 y el artículo 13 del CPCA) y
- 2) Los llamados “*terceros interesados*”, los cuales a su vez se dividen en tres categorías:
 - a. Quienes, sin haberlas iniciado, tengan derechos, situaciones jurídicas e intereses legítimos que puedan resultar afectados con las actuaciones administrativas adelantadas en interés particular o con las decisiones que allí se adopten, siempre y cuando se constituyan como parte en el trámite a través de los mecanismos establecidos para ello (artículo 37 y numeral 2 del artículo 38 del CPCA).
 - b. Quienes intervienen en aquellos procedimientos administrativos iniciados en interés general (artículo 37 y numeral 3 del artículo 38 del CPCA) y

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

c. Quienes intervienen en calidad de denunciante dentro de una actuación administrativa sancionatoria, ya sea porque la conducta investigada los afecta o porque se encuentran en capacidad de ofrecer evidencias que contribuyan a dilucidar los hechos investigados (artículo 37 y numeral 1 del artículo 38 del CPCA).

La calidad de “interesado” en las normas administrativas se asimila al concepto de “parte procesal”, pues no basta con tener un simple interés en las actuaciones que se adelantan ante las autoridades para poder intervenir en ellas, sino que es indispensable su vinculación al proceso mediante el agotamiento de las formalidades establecidas.

Igualmente, la calidad de “interesado” está vinculada a la “legitimación procesal”, pues el derecho, interés o situación jurídica de quien inicia las actuaciones administrativas o de quien interviene posteriormente en ellas, determina su aptitud para poder actuar como parte activa o pasiva en el trámite.

En ese orden, si bien LA EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES – ESL EICE radicó un documento durante el desarrollo de este procedimiento, lo cierto es que nunca se le reconoció como parte en el trámite.

Lo anterior, al no haberse hecho parte durante las oportunidades procesales previstas de forma expresa en la Decisión 486.

Así las cosas, LA EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES – ESL EICE es un tercero ajeno al trámite que aquí se desarrolla, de manera que no cuenta con la calidad de interesado en este proceso al no haberse hecho parte, bien como solicitante o como opositor, si fuere el caso. Por dicha razón, no está facultado para actuar dentro de éste.

3.2. DEL RECURSO DE REPOSICIÓN EN SUBSIDIO APELACIÓN

De conformidad con lo dispuesto en el Parágrafo del artículo 19 del Decreto N° 4886 del 23 de diciembre de 2011, contra las decisiones que ponen fin a las actuaciones adelantadas por la Dirección de Signos Distintivos solo procede el recurso de apelación, por lo que el recurso de reposición debe ser inadmitido y el recurso de apelación interpuesto en subsidio, debe ser resuelto por la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial.

3.3. De los conflictos presentados entre el DEPARTAMENTO DE SANTANDER y su Empresa Santandereana de Licores y las sociedades EMPRESA LICORERA DE SANTANDER S.A.S. BIC ELS S.A.S. BIC identificada con el NIT No. 901381857-7 y EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES S.A.S. identificada con el NIT No. 901862381-8

Con el fin de proporcionar a esta Superintendencia un contexto situacional en torno a la presunta comisión de actos de competencia desleal por parte del señor Danny Alirio Villamizar Meneses, a través de la Empresa Licorera de Santander S.A.S. BIC en afectación del DEPARTAMENTO DE SANTANDER y su Empresa Santandereana de Licores, el Departamento de Santander en calidad de solicitante dentro del presente trámite administrativo relata que, en febrero del año 2000 se ordenó la liquidación de la Empresa Licorera de Santander (ELS), noticia difundida por la prensa nacional y reseñada por la historiografía reciente.

Pese a la liquidación de la Empresa Licorera de Santander (ELS), la marca AGUARDIENTE SUPERIOR no desapareció y continuó en el mercado mediante

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

tercerización (Licorera de Cundinamarca) y, en 2005, se anunció su retorno a Bucaramanga, reconociéndosele como “el más emblemático licor” de la ELS.

Años después, el 6 de mayo de 2020 se matriculó ante la Cámara de Comercio la sociedad Empresa Licorera de Santander S.A.S. identificada con el NIT No. 901381857-7, homónima de la entidad liquidada pero sin relación alguna con la Gobernación o el Departamento de Santander, tramitando ante esta Oficina el registro de las marcas “Aguardiente Superior” y “Ron Búcaro”, actuaciones que desencadenaron una controversia pública y acciones anunciadas por la Gobernación, contienda también documentada por algunos medios de comunicación.

Mientras se reactivaba la licorera pública (ESL, EICE), medios y la propia ESL emitieron comunicados para aclarar a la opinión pública que el “Aguardiente Superior” comercializado por la sociedad cuya naturaleza es privada no es un producto oficial del Departamento, actuar reprochable que coloca en evidencia el inminente riesgo de confusión y/o asociación en el mercado que impacta la reputación del origen empresarial percibido.

Con la recomposición institucional que se materializó con la creación de la Empresa Santandereana de Licores (EICE) en 2024 y su política marcaria activa, manifiesta que se busca reafirmar la protección del origen público y la necesidad de evitar confusión en el mercado.

Ahora bien, procede a enumerar y ampliar argumentativamente los actos desarrollados por la EMPRESA LICORERA DE SANTANDER S.A.S. BIC ELS S.A.S. BIC, que tienen a su juicio, la potencialidad de inducir a confusión al consumidor y al mercado mismo, hechos que se enlistan a continuación:

- a) Apropiación ilegítima del nombre comercial de la extinta Empresa Licorera de Santander y hacerle creer a los consumidores que es la misma empresa.
- b) Apropiación ilegítima del nombre comercial de la nueva empresa del Departamento, Empresa Santandereana de Licores, y hacerle creer a los consumidores que las actividades que ellos adelantan provienen de dicha empresa.
- c) Apropiación ilegítima de los signos distintivos que posicionó en el mercado la extinta Empresa Licorera de Santander con el fin de inducir al error a los consumidores respecto a los productos que se ofertan y generando confusión entre la Empresa Santandereana de Licores (pública) y la Empresa Licorera de Santander (privada), a fin de obtener ventajas en el mercado.
- d) Entorpecimiento las solicitudes de registro de signos distintivos presentadas por la nueva Empresa Santandereana de Licores.

Resulta imperativo precisar que, en el marco del presente examen de registrabilidad marcaria, no compete a esta Oficina determinar la configuración de actos de competencia desleal por parte de terceros.

Lo anterior responde a que el trámite que nos ocupa fue denegado de oficio por la Dirección de Signos Distintivos con fundamento en la causal de irregistrabilidad comprendida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión Andina 486, exclusivamente,

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

lo cual implica la inexistencia de una contraparte opositora o la puesta en conocimiento de actos desleales que se materializarían con la concesión del registro marcario **AGUARDIENTE COMUNERO (Mixto)** en clase 35 a favor del DEPARTAMENTO DE SANTANDER.

En particular, se advierte que no han comparecido las sociedades aludidas cuyo origen es privado en ninguna de las etapas del presente trámite. Y, pese a que, presuntamente pretenderían suplantar al Departamento o a su empresa licorera para obtener provecho ilegítimamente de la reputación histórica de la hoy extinta Empresa Licorera de Santander (1910), al no ser el proceso de registro el escenario adecuado para debatir conductas concurrentes desleales, dichas alegaciones resultan ajenas a la litis administrativa.

Es de precisar que el examen se restringe a la evaluación del signo, en cumplimiento de los requisitos previstos por el artículo 134 de la Decisión 486 de 2000, los que superados son analizados a la luz de las causales de irregistrabilidad absolutas (art 135) y relativas (art. 136), art. 137 y 147 de la norma comunitaria; y, de ser el caso, al análisis de los argumentos expuestos mediante escrito opositor, lo que puede desencadenar la negación de un registro al justificar que su concesión podría afectar los derechos de terceros.

Ahora bien, la causal de irregistrabilidad comprendida en el artículo 137 de la Decisión Andina 486, se aplica cuando la Autoridad Competente concluye que existen indicios de competencia desleal, bien sea oficiosamente o producto de su alegación y acreditación por parte de un tercero interesado vía oposición. Sin embargo, esta causal impide el registro de la marca en trámite, más no respalda su concesión ante la presunta comisión de actos de competencia desleal o catalogables como tal, por parte de terceros cuyos derechos o intenciones ni siquiera han tenido injerencia en las resultas del respectivo trámite.

En virtud de lo esbozado, este Despacho realizará el análisis de registrabilidad tomando en cuenta, exclusivamente, los hechos, pruebas y consideraciones que tengan relación con la presente solicitud.

3.4. Desaparece causal – GRUPO EMPRESARIAL (PÚBLICO)

De manera previa al examen de confundibilidad y evaluación sobre la existencia de conexión competitiva entre las coberturas a identificar por los signos susceptibles de cotejo **AGUARDIENTE COMUNERO (Mixto)** vs. **COMUNERA (Mixta)**, la Administración debe tener en cuenta los hechos que pueden hacer que dicha comparación pierda sentido en la medida en que la marca fundamento de la negación inicial no se presente como antecedente válido para impedir el registro solicitado.

En ese orden de ideas, este Despacho considera oportuno dejar constancia de algunas de las actuaciones más recientes iniciadas dentro del expediente No. 14230389, Certificado de Registro No. 518938, marca **COMUNERA (Mixta)** —registro fundamento de negación—, los cuales pueden influir en el análisis a lugar, a saber:

- a) El 5 de marzo de 2025, el DEPARTAMENTO DE SANTANDER (aquí solicitante) radicó solicitud de cancelación por no uso en contra de la marca COMUNERA (Mixta), trámite bajo consecutivo SD2025/0018589.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

- b) Mediante Oficio N° 15366 de 9 de septiembre de 2025, esta Superintendencia dio traslado de la acción a su titular, el señor JUAN SEBASTIAN GALVIS ADARME, concediéndole el término de sesenta (60) días hábiles siguientes a la fecha de notificación del oficio para acreditar el uso dentro del periodo relevante previsto entre el 5 de marzo de 2022 y el 5 de marzo de 2025.
- c) El 23 de septiembre de 2025 se presentó contrato de transferencia de marca mediante el cual el señor JUAN SEBASTIAN GALVIS ADARME cedió todos los derechos patrimoniales y de explotación derivados del registro marcario de la marca mixta “COMUNERA” (Mixta) a favor de la sociedad CENTAUROS CONSULTORÍA S.A.S., cambio inscrito el 25 de septiembre de 2025.
- d) El 9 de octubre de 2025 (solicitud infructuosa) y posteriormente, el 6 de noviembre de 2025, el DEPARTAMENTO DE SANTANDER desistió de la solicitud de cancelación sin que se hubiere emitido respuesta y/o acto administrativo que decidiera la vigencia del registro marcario COMUNERA (Mixta), -solicitud que fue aceptada mediante la Resolución N° 104412 de 10 de diciembre de 2025-.
- e) El 9 de octubre de 2025 —concomitantemente con la primera solicitud de desistimiento de la acción de cancelación descrita en el literal anterior— fue aportado un contrato de cesión mediante el cual la sociedad CENTAUROS CONSULTORÍA S.A.S. transfirió todos los derechos de propiedad industrial, uso, explotación y disposición sobre la marca “COMUNERA” (mixta) a favor de la EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES – ESL E.I.C.E., Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden Departamental, identificada con NIT 901.870.530-2.

Con el cambio de titularidad que operó sobre la marca **COMUNERA** (Mixta), es pertinente considerar que, el signo **AGUARDIENTE COMUNERO** (Mixto) solicitado en registro no se encuentra incurso en la causal de irreregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136 de la Decisión Andina 486, comoquiera que el DEPARTAMENTO DE SANTANDER en su calidad de solicitante y la EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES – ESL E.I.C.E. titular de la marca fundamento de negación COMUNERA (Mixta), se encuentran vinculadas, al ser la segunda una Empresa Industrial y Comercial del Estado, 100% pública, del orden departamental, vinculada a la Secretaría de Hacienda del Departamento de Santander, creada y reglamentada mediante las Ordenanzas departamentales 012 de 2024 y 024 de 2025 y los decretos departamentales 761, 789 y 946 de 2024 y el 456 de 2025.

Por su parte, el DEPARTAMENTO DE SANTANDER es una entidad territorial, geográfica y política que agrupa 87 municipios, ejerce funciones administrativas, de coordinación, de complementariedad de la acción municipal, de intermediación entre la Nación y los Municipios y de prestación de los servicios que determinen la Constitución y las leyes. De él emana la Gobernación de Santander que es un organismo de dirección, planificación y promoción del desarrollo económico, social y ambiental, que cumple funciones de intermediación y coordinación entre el Gobierno Nacional y los municipios de Santander, así como de apoyo, complementariedad y subsidiariedad a la gestión local⁴.

⁴ Visto en <https://santander.gov.co/publicaciones/255/mision-y-vision/#:~:text=La%20Gobernaci%C3%B3n%20de%20Santander%20es,subsidiariedad%20a%20la%20gesti%C3%B3n%20local.>; 02/02/2026.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Resulta preciso para este Despacho, hacer énfasis en algunas normas marco, leyes, decretos departamentales y ordenanzas que justifican los actos previos, concurrentes y posteriores a la creación de la Empresa Industrial y Comercial del Estado que se encarga en el Departamento de Santander de producir, comercializar, distribuir, exportar y promocionar licores y los productos derivados de su operación.

- Las Ordenanzas N° 004 de 1998, 077 de 2014⁵ y 65 de 2017 constituyeron el monopolio rentístico del departamento de Santander, determinaron que el departamento ejerza el monopolio de producción de licores a través de una Empresa Industrial y Comercial del Estado de carácter departamental, y establecieron los lineamientos en materia de delegación para procesos contractuales en materia de monopolio rentístico sobre la producción de licores destilados de Departamento de Santander.
- A su paso, la Ordenanza N° 007 de 2024 adoptó el Plan de Desarrollo Departamental “*Es tiempo de Santander 2024 2027*”, y se establecieron las acciones prioritarias en el literal b del artículo 9, determinando que previa autorización de la Asamblea Departamental se efectuarán las acciones pertinentes encaminadas a constituir, registrar y poner en funcionamiento una empresa con miras a producir, comercializar, distribuir, exportar y promocionar licores y los productos derivados de su operación.

El Departamento de Santander realizó un estudio sobre la viabilidad para la creación y puesta en marcha de una empresa industrial y comercial de licores del orden departamental, sector descentralizado, en donde estableció factibilidad técnica, jurídica y financiera de su creación.

- Luego, la Ordenanza No. 12 del 31 de julio de 2024, atendiendo especialmente en lo consagrado en el párrafo tercero del artículo 1, que reza “En desarrollo de la autorización pro tempore conferida en el presente artículo, el Gobernador de Santander procederá, conforme a los Estudios Técnicos correspondientes, expedirá los derechos que establezcan el régimen de organización y funcionamiento, órganos de dirección y administración y demás aspectos establecidos en la normatividad vigente para la puesta en operación de la Empresa”, hizo necesaria la expedición de dicho acto administrativo.
- El decreto departamental No. 761 de 2024, creó y reglamentó la Empresa Santandereana de Licores, estableciendo en adición, su régimen de organización y funcionamiento.

Ello, en cumplimiento de la Ordenanza N° 12 de 31 de julio de 2024 expedida por la Asamblea Departamental “Por la cual se autoriza la creación de la Empresa Santandereana de Licores y se dictan otras disposiciones”.

⁵ (...) ARTÍCULO 14.- MONOPOLIOS RENTÍSTICOS. Son los que provienen de la explotación exclusiva por parte del Departamento de Santander de conformidad con lo estipulado en la Constitución Política y demás normatividad complementaria concordante:

1. Los juegos de suerte y azar, las cuales estarán destinadas exclusivamente a los servicios de salud. (Ley 643 de 2001). 2. La producción, introducción y venta de licores destilados nacionales como arbitrio rentístico, las cuales estarán destinadas preferentemente a los servicios de salud y educación. (Decreto 1222 de 1986) 3. La producción, distribución y venta de alcoholes etílicos potables. (Decreto 244 de 1906, Ley 693 de 2001).

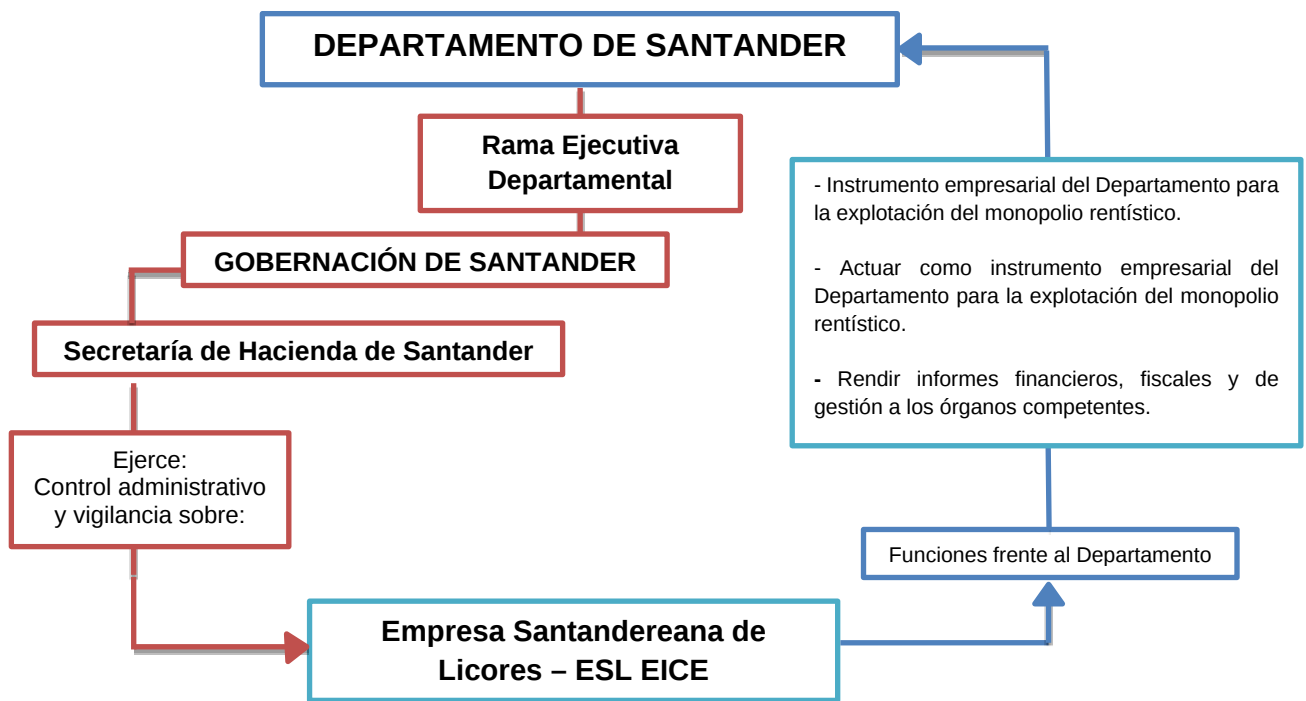
Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Iniciativa presentada por el Gobierno Departamental, donde también le fueron conferidas facultades extraordinarias por tempore al Gobernador del Departamento de Santander para la creación de una Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden departamental, encargada de la: “producción, distribución y comercialización de licores destilados y demás derivados, la cual estará encargada de ejercer el monopolio de licores destilados”.

- Por su parte, el decreto departamental No. 946 de 2024 que modifica, complementa y compila el decreto 761 de 2024 y 789 de 2024, introdujo algunos apartados y compiló el decreto inicial.
- Se considera pertinente citar lo preceptuado por el “Artículo 28. Control Administrativo y Vigilancia” del “Capítulo III – Disposiciones Finales” del decreto departamental 946 de 2024, el cual previó:

La Secretaría de Hacienda del Departamento de Santander ejercerá el control administrativo y vigilancia sobre la Empresa, en cumplimiento de las disposiciones legales vigentes. Velará por la legalidad, eficiencia y transparencia en la gestión de la Empresa, así como por el uso adecuado de los recursos públicos y el cumplimiento de sus objetivos estratégicos y operativos.

Considerado lo anterior y para efectos ilustrativos, se propone un organigrama elemental que pretende exponer la relación existente entre el solicitante del signo en trámite y el titular del registro marcario fundamento de rechazo.



De lo previo se colige que el DEPARTAMENTO DE SANTANDER y la Empresa Santandereana de Licores – ESL EICE operan bajo la figura de grupo empresarial público. Por lo tanto, no se afectarían los derechos adquiridos por la EMPRESA SANTANDEREANA DE LICORES – ESL E.I.C.E., ya que con el nuevo titular marcario DEPARTAMENTO DE SANTANDER ostenta un vínculo como se observa en el organigrama en cita.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

Esta relación esencial halla causa en los artículos 41⁶, 49⁷, 50⁸ y 69⁹ de la Ley 489 de 1998, conservando —aunque en lo público— el factor de subordinación, autonomía jurídica de las diferentes unidades y unidad de propósito y dirección.

En este caso, a la empresa pública integrada por el Departamento de Santander y una Empresa Industrial y Comercial del Estado -EICE, 100% pública (adscrita a la Secretaría de Hacienda del Departamento), le es aplicable la regla societaria y en efecto, se consigue asimilar al régimen privado al presentarse el Departamento como una matriz pública y la Empresa Industrial y Comercial del Estado, como su subordinada, donde la unidad de propósito común se origina en la obtención de un lucro que se convierte en el

⁶ **ARTÍCULO 41.- Orientación y control.** La orientación, control y evaluación general de las actividades de los organismos y entidades administrativas corresponden al Presidente de la República y en su respectivo nivel, a los ministros, los directores de departamento administrativo, los superintendentes, los gobernadores, los alcaldes y los representantes legales de las entidades descentralizadas y sociedades de economía mixta de cualquier nivel administrativo. En el orden nacional, los ministros y directores de departamento administrativo orientan y coordinan el cumplimiento de las funciones a sociedades de economía mixta que les estén adscritas o vinculadas o integren el Sector Administrativo correspondiente.

⁷ **ARTÍCULO 49.- Creación de organismos y entidades administrativas.** Corresponde a la ley, por iniciativa del Gobierno, la creación de los ministerios, departamentos administrativos, superintendencias, establecimientos públicos y los demás organismos y entidades administrativas nacionales. Las empresas industriales y comerciales del Estado podrán ser creadas por ley o con autorización de la misma. Las sociedades de economía mixta serán constituidas en virtud de autorización legal. **PARÁGRAFO .-** Las entidades descentralizadas indirectas y las filiales de las empresas industriales y comerciales del Estado y de las sociedades de economía mixta se constituirán con arreglo a las disposiciones de la presente Ley, y en todo caso previa autorización del Gobierno Nacional si se tratare de entidades de ese orden o del Gobernador o el Alcalde en tratándose de entidades del orden departamental o municipal.

⁸ **Contenido de los actos de creación.** La ley que disponga la creación de un organismo o entidad administrativa deberá determinar sus objetivos y estructura orgánica, así mismo determinara el soporte presupuestal de conformidad con los lineamientos fiscales del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

La estructura orgánica de un organismo o entidad administrativa comprende la determinación de los siguientes aspectos: 1. La denominación, 2. La naturaleza jurídica y el consiguiente régimen jurídico, 3. La sede, 4. La integración de su patrimonio, 5. El señalamiento de los órganos superiores de dirección y administración y la forma de integración y de designación de sus titulares, y 6. El Ministerio o el Departamento Administrativo al cuál estarán adscritos o vinculados. **PARÁGRAFO .-** Las superintendencias, los establecimientos públicos y las unidades administrativas especiales estarán adscritos a los ministerios o departamentos administrativos; las empresas industriales y comerciales del Estado y las sociedades de economía mixta estarán vinculadas a aquellos; los demás organismos y entidades estarán adscritos o vinculados, según lo determine su acto de creación.

⁹ **ARTÍCULO 69.- Creación de las entidades descentralizadas.** Las entidades descentralizadas, en el orden nacional, se crean por la ley, en el orden departamental, distrital y municipal, por la ordenanza o el acuerdo, o con su autorización, de conformidad con las disposiciones de la presente Ley. El proyecto respectivo deberá acompañarse del estudio demostrativo que justifique la iniciativa, con la observancia de los principios señalados en el artículo [209](#) de la Constitución Política.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

medio para la protección del interés general (interés público)¹⁰- arts. 336¹¹ y 362¹² de la Constitución Política de Colombia.

Frente a lo anterior, esta Superintendencia informa al interesado en obtener el registro del signo de la referencia que, si bien un grupo empresarial puede estar conformado por varias unidades empresariales las cuales tienen como presupuesto un vínculo de subordinación entre sociedades y una unidad de propósito y de dirección; las mismas a fin de acreditar dicha relación comercial ante esta Entidad, deben acatar lo estipulado en la Resolución N° 51804 de 05 de agosto de 2022 "*Por la cual se adiciona el numeral 1.2.5.19 al Capítulo Primero del Título X de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio*", el cual resolvió:

1.2.5.19 Solicitudes de registro y de transferencia de signos distintivos de personas pertenecientes a un mismo grupo empresarial.

La Superintendencia de Industria y Comercio, al momento de llevar a cabo el examen de registrabilidad previsto en el artículo 150 o de efectuar el análisis establecido en el artículo 161 de la Decisión 486 de 2000, tendrá en cuenta si el o los antecedentes que impedirían el registro o transferencia del signo, pertenecen al mismo grupo empresarial del solicitante del registro o futuro titular.

En este caso, no se entenderá que dichos antecedentes pertenecen a un tercero para los fines de los artículos 136 y 161 de la Decisión 486 de 2000.

Parágrafo 1. En todo caso, quien inicie los trámites a que se refiere este numeral, deberá poner en conocimiento de esta Superintendencia la situación del grupo empresarial al cual pertenece, circunstancia que la Entidad confirmará con la información que repose en el Registro Único Empresarial y Social – RUES.

Parágrafo 2. Tratándose de personas extranjeras, además de la manifestación establecida en el parágrafo anterior, deberá allegarse: (i) Una declaración suscrita por la persona, por el representante legal, o quien haga sus veces, de cualquiera de las personas implicadas, en la que se exponga de manera clara la unidad de propósito y dirección entre estas, y; (ii) El documento expedido por la autoridad competente de la jurisdicción de la persona implicada en la que conste la unidad de propósito y dirección, en los casos en que sea procedente, de lo contrario, bastará con la declaración de la persona mencionada en el numeral anterior de este parágrafo. (Subraya extra-texto)

¹⁰ Visto en <https://revistas.ueexternado.edu.co/index.php/Deradm/article/view/9958/18018>; 02/02/2026.

¹¹ "ARTÍCULO 336. Ningún monopolio podrá establecerse sino como arbitrio rentístico, con una finalidad de interés público o social y en virtud de la ley. La ley que establezca un monopolio no podrá aplicarse antes de que hayan sido plenamente indemnizados los individuos que en virtud de ella deban quedar privados del ejercicio de una actividad económica lícita. La organización, administración, control y explotación de los monopolios rentísticos estarán sometidos a un régimen propio, fijado por la ley de iniciativa gubernamental. Las rentas obtenidas en el ejercicio de los monopolios de suerte y azar estarán destinadas exclusivamente a los servicios de salud. Las rentas obtenidas en el ejercicio del monopolio de licores, estarán destinadas preferentemente a los servicios de salud y educación. La evasión fiscal en materia de rentas provenientes de monopolios rentísticos será sancionada penalmente en los términos que establezca la ley. El Gobierno enajenará o liquidará las empresas monopolísticas del Estado y otorgará a terceros el desarrollo de su actividad cuando no cumplan los requisitos de eficiencia, en los términos que determine la ley. En cualquier caso se respetarán los derechos adquiridos por los trabajadores."

¹² ARTÍCULO 362. Los bienes y rentas tributarias o no tributarias o provenientes de la explotación de monopolios de las entidades territoriales, son de su propiedad exclusiva y gozan de las mismas garantías que la propiedad y renta de los particulares. Los impuestos departamentales y municipales gozan de protección constitucional y en consecuencia la ley no podrá trasladarlos a la Nación, salvo temporalmente en caso de guerra exterior.

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

En todo caso, la admisión de la titularidad estratégicamente dispuesta entre 2 o más empresarios, bien sea de naturaleza pública, privada o mixta —en tratándose de marcas idénticas o similarmente confundibles— sí y solo sí será procedente cuando vía registral el solicitante lo acredite (informando a esta Oficina que pese a su independencia se encuentra en situación de grupo empresarial, y adicionalmente, cuentan simultáneamente con unidad de propósito y dirección).

La recomposición institucional con la creación de la Empresa Santandereana de Licores (EICE) en 2024 y su política marcaría activa, que reafirman la protección del origen público y la necesidad de evitar confusión en el mercado.¹⁸ La Empresa Santandereana de Licores es una Empresa Industrial y Comercial del Estado 100 % pública, del sector descentralizado y del orden departamental, vinculada a la Secretaría de Hacienda del Departamento de Santander¹⁹, contemplan en el parágrafo transitorio del artículo 4 que la Gobernación de Santander a través de su representante legal o quien este delegue, podrá adelantar de manera directa el registro de las marcas de la Empresa, y posteriormente realizar todos los trámites a que haya lugar para que los mismos sean transferidos a ésta.

En este orden de ideas, revisada la información y documentos aportados, se pudo verificar que el aquí solicitante es la casa matriz pública, mientras el titular antecesor es una de sus subordinadas adscrita a la Secretaría de Hacienda de Santander, circunstancia que ha sido tenida en cuenta al realizar el examen del que trata el artículo 150 y en particular al estudiar la causal del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, de conformidad con lo establecido por el numeral 1.2.5.19 del Capítulo Primero del Título X de la Circular única de esta Superintendencia.

Así pues, desaparecen los supuestos de hecho necesarios para realizar el estudio con relación al antecedente mencionado en la Resolución N° 66508 de 2 de septiembre de 2025, proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

3.5. De la debilidad de la expresión “Comunero” en el signo solicitado-AGUARDIENTE COMUNERO

Tal como lo menciona el apelante en su escrito de alzada, el término ‘COMUNERO’ conserva una importante relación con el Departamento de Santander, al ser el nombre de una de sus más importantes provincias (cuna de la república).

(...) Ubicada en el centro-sur del departamento, la provincia Comunera cuenta con 16 municipios de gran relevancia histórica y cultural, especialmente por la insurrección de los comuneros en 1789. Aquí se puede disfrutar de la mejor experiencia en turismo comunitario con la Ruta Comunera y Religiosa. El Socorro, denominado “cuna de la libertad” y capital de la provincia, forma parte de la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia, lo que aporta un significativo reconocimiento y favorece el desarrollo económico de la región¹³.

Conviene destacar en este punto que, la llamada insurrección comunera¹⁴, nacida “(...) el 16 de marzo de 1781 en lo que hoy es el municipio de El Socorro, (...) y lo registraron

¹³ Visto en <https://www.camaradirecta.com/regio-focos-desarrollo/provincias-del-sur-de-santander;02/02/2026>.

¹⁴ La insurrección comunera expresó a una variada mezcla de reivindicaciones, no sólo por sus diferentes causas, sino porque involucró sectores rurales y urbanos, así como sectores con intereses económicos y sociales diferenciados. Desde otra perspectiva, la revuelta comunera formó parte de una serie de luchas libradas en el conjunto de las colonias españolas en América. Visto en

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

los historiadores que han reconstruido el camino de la independencia colombiana”¹⁵, alude indefectiblemente al Departamento de Santander y la oposición rebelde de sus habitantes frente a “(...) las medidas tomadas por el regente visitador Juan Francisco Gutiérrez de Piñeres, quien aumentó el impuesto de alcabala; estableció impuestos a la sal, el tabaco y los juegos de cartas; e impuso nuevos gravámenes a los textiles de algodón. Los cambios se enmarcaban en el contexto de las llamadas reformas borbónicas que pretendían, entre otras cosas, imponer mayores gravámenes a las élites criollas y recomponer los resguardos indígenas con el objeto de rematar tierras a favor de la Real Hacienda”.

De allí, la palabra ‘comunero’ como elemento nominal que complementa eficazmente el conjunto junto con elemento gráfico también partícipe en el signo objeto de revisión **AGUARDIENTE COMUNERO**, tiene por objeto rememorar el levantamiento popular que buscó la cancelación de impuestos y la protección de tierras indígenas, lucha entre otras, precursora de las guerras de independencia.

Adicionalmente, es meritorio hacer referencia a la definición que conlleva el adjetivo “comunero(a)”, que indica que algo o alguien es perteneciente o relativo a la comunidad o a los bienes comunes¹⁶.

En ese sentido, los términos ‘AGUARDIENTE COMUNERO’ conjuntamente considerados, informarían al público consumidor que las bebidas alcohólicas que serían importadas, exportadas o comercializadas y finalmente identificadas bajo el signo en mención (Cla. 35), son de la comunidad o pertenecen a los bienes comunes, premisa que se ve especialmente respaldada por la calidad de quien en el presente trámite administrativo actúa como solicitante, esto es, el DEPARTAMENTO DE SANTANDER que es una entidad territorial, geográfica y política y uno de los 32 departamentos que estructuran territorialmente a Colombia.

Por consiguiente, la calidad distintiva del término ‘Comunero’ en el presente caso, es totalmente distinta a la que se predica sobre el registro antecesor **COMUNERA**, siendo en el solicitado un adjetivo que brinda información relevante sobre la proveniencia de los servicios y la valía histórica que esta expresión conlleva como el nombre de una lucha histórica iniciada en 1781 en el municipio de Socorro (Santander).

4. Trámite de cancelación en contra de la marca COMUNERA (Mixta)

Esta Delegatura manifiesta que la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina no trae consigo norma expresa que permita la suspensión del trámite de registro marcario como consecuencia de una acción de cancelación presentada sobre el antecedente marcario citado para negar el registro de un signo. En efecto, el único caso de suspensión previsto en la Decisión 486 está consagrado en el último inciso del artículo 147, al indicar que, si bien el interesado se puede oponer con una solicitud de marca, se debe suspender el trámite hasta que se decida si dicha solicitud se concede.

<https://www.radionacional.co/cultura/rebelion-de-los-comuneros-y-la-independencia-de-colombia;>
02/02/2026.

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.8.1 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [03/02/2026].

Ref. Expediente N° SD2025/0000917

De otro lado, por disposición del artículo 276 de la Decisión 486, los asuntos no comprendidos en la Decisión serán regulados por normas internas, lo que da lugar a la aplicación de algunas normas especiales, así la única causal válida en nuestra legislación vigente para la suspensión de un registro marcario se circunscriben a la interposición de Acción de Cancelación ante la Superintendencia de Industria y Comercio del signo citado como antecedente marcario.

Ahora, este Despacho observa que, por escrito presentado el 07 de enero de 2026, EMPRESA LICORERA DE SANTANDER S.A.S. BIC – ELS S.A.S. BIC, identificada con NIT 901381857-7 (tercero interesado distinto del solicitante del registro *sub examine*), interpuso acción de cancelación por no uso en contra de la marca aquí fundamento de negación con certificado de Registro No. 518938 correspondiente al registro de la marca COMUNERA (Mixta) vigente para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza, recayendo su titularidad en la Empresa Santandereana de Licores (pública).

Se debe anotar que esta Superintendencia aún no ha admitido ni ha dado traslado de la cancelación antes mencionada.

Entre tanto, el presente trámite administrativo no se suspenderá al no existir riesgo de confusión o asociación entre los signos inicialmente comparados **AGUARDIENTE COMUNERO** vs. **COMUNERA**, conclusión que se fundamenta en que la titularidad de ambos signos se adecúa a la existencia de grupo empresarial público o estatal, por lo que la concesión del pretendido registro no tiene la capacidad de afectar los derechos del tercero titular; además, se determinó que la palabra 'Comunero' tiene un carácter evocativo para los servicios de la Clase 35 en el trámite *sub examine*, lo que otorga autonomía a esta decisión.

Por lo tanto, no es necesario detener el proceso a la espera de que se resuelva el trámite de cancelación del expediente *ab initio* fundamento de negación.

5. CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente revocar la Resolución N° 66508 de 2 de septiembre de 2025.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Revocar la decisión contenida en la Resolución N° 66508 de 2 de septiembre de 2025, proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de:

Marca (Mixta)

AGUARDIENTE COMUNERO

Ref. Expediente N° SD2025/0000917



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

35: Compra, venta, importación, exportación, comercialización de Aguas minerales, Bebidas alcohólicas (excepto cervezas); publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina, ventas por internet.

De la Clasificación Internacional de Niza edición N° 12.

Titular:

DEPARTAMENTO DE SANTANDER
CALLE 37 # 10-30
BUCARAMANGA SANTANDER
COLOMBIA

Vigencia:

Diez (10) 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 al DEPARTAMENTO DE SANTANDER, parte solicitante, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., el 30 de marzo de 2026

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,



PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL