

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23497

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 2 de mayo de 2025, el señor **GERMAN SANTIAGO GARZON CORTES**, solicitó el registro de la Marca **AGROGER** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 7 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que mediante Oficio N° 11220 18 de julio de 2025, se requirió al solicitante por cuanto la información suministrada en la casilla de “reivindicación de colores” contenía códigos de más de una referencia internacional.

Que mediante escrito de respuesta se realizó la reivindicación de colores contenidos en la etiqueta aportada, utilizando como única referencia el sistema RGB.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076 del 19 de agosto de 2025, la sociedad **AGROQUÍMICOS SEMILLAS Y EQUIPOS DE RIEGO S.A.S AGROSER S.A.S** presentó oposición con fundamento en el Literal i) del Artículo 135 y el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“Desde el punto de vista de las similitudes, señala la jurisprudencia que es conveniente determinar el orden de ubicación de las vocales y de las letras de cada uno de los signos distintivos para determinar si son confundibles o no, en este caso, las marcas confrontadas comparten igual sílaba inicial (A), sílaba intermedia (GRO), y letras finales (ER). Concluyendo así que la marca solicitada reproduce prácticamente de forma exacta la marca prioritaria de mi poderdante. (...)”

Conforme a lo anterior, fácilmente puede establecerse que las marcas en conflicto no pueden coexistir sin generar confusión en el público consumidor, dado que la marca solicitada tiene mismas vocales, misma iniciación y terminación en comparación a las marcas previamente registradas.

Sin ningún esfuerzo, el usuario desprevenido de tales productos puede confundirse pensando que se trata del mismo, o pensar que se trata de un nuevo producto ofrecido por la sociedad AGROQUÍMICOS SEMILLAS Y EQUIPOS DE RIEGO S.A.S AGROSER S.A.S., lo que atenta contra el derecho de los consumidores y genera confusión entre la marca opositora y la solicitada, con los subsiguientes perjuicios para todos los interesados. (...)”

(...) Lo anterior se demuestra con un sencillo ejercicio consistente en repetir algunas veces las dos (2) expresiones de la siguiente manera:

AGROSER – AGROGER / AGROSER – AGROGER / AGROSER – AGROGER /
AGROSER – AGROGER AGROGER – AGROSER / AGROGER – AGROSER /
AGROGER – AGROSER / AGROGER – AGROSER AGROSER – AGROGER /
AGROSER – AGROGER / AGROSER – AGROGER / AGROSER – AGROGER
AGROGER – AGROSER / AGROGER – AGROSER / AGROGER – AGROSER /

¹ 7: Máquinas agrícolas.

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

AGROGER – AGROSER AGROSER – AGROGER / AGROSER – AGROGER / AGROSER – AGROGER / AGROSER – AGROGER

Es claro que el consumidor medio no va a realizar este ejercicio, sin embargo, está en capacidad de percibir las referencias idénticas que existen entre las dos marcas, sin necesidad de realizar el más leve esfuerzo, pues estas son notorias. (...)

(...) En efecto, tanto los productos solicitados como los registrados hacen parte del mismo género, ya que están relacionados con PRODUCTOS AGRICOLAS. Por tanto, cuentan con una evidente conexión competitiva, teniendo en cuenta que la naturaleza del producto y del servicio es la misma (productos para uso en la agricultura), cobijan la misma necesidad, y sus canales de comercialización son idénticos. Por ende, sus medios de publicidad, difusión y mercadeo son exactamente los mismos. (...)

(...) Es posible que un consumidor en presencia de los productos químicos destinados a la agricultura, horticultura silvicultura y abonos, productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, fertilizantes y herbicidas de las marcas previamente registradas AGROSER, decida que va a complementar con los productos de máquinas agrícolas de la marca solicitada AGROGER, pues estos no son excluyentes sino que se complementan. Por ejemplo, un consumidor que adquiere un fertilizante puede complementarlo con maquina agrícola (que ofrecería la marca solicitada AGROGER), para distribuir el fertilizante en el cultivo.

Es posible que el consumidor piense razonablemente que entre las marcas AGROGER y AGROSER, y sus titulares hay una colaboración, o que incluso pertenecen al mismo empresario y que una u otra atienden sencillamente a una expansión, a una nueva línea del negocio o a un refrescamiento de imagen corporativa, lo cual se aleja de la realidad, ya que entre los titulares de las marcas confrontadas no existe ningún tipo de relación. Es razonable pensar que quien ya fabrica productos químicos destinados a la agricultura, horticultura silvicultura y abonos, productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, fertilizantes y herbicidas; tiene la facilidad y las condiciones estructurales para ampliarse a fabricar a máquinas agrícolas. (...)

(...) Entre las dos marcas sin lugar a dudas, se presenta un riesgo de confusión directo, dado que es posible que el consumidor, en presencia de productos tales como productos químicos destinados a la agricultura, horticultura silvicultura y abonos, productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, fertilizantes y herbicidas de la marca AGROSER piense al mismo tiempo que está adquiriendo estos productos, pero por medio de los productos de la marca AGROGER.

(...) es completamente claro que los productos que se pretenden ofrecer mediante la marca AGROGER cuentan con relación directa con los productos que comercializa mi poderdante mediante sus marcas previamente registradas AGROSER, situación tal que puede presentar una confusión en el público consumidor respecto del origen empresarial de los mismos, más aún cuando los titulares de tales productos comparten los mismos clientes y el mismo nicho de mercado. Por lo tanto, los signos distintivos para identificar tales productos no son realmente distintivos, pues como se demostró anteriormente las expresiones en conflicto, son idénticas, y existe una innegable relación entre los productos a registrar, que impiden su coexistencia en el mercado.

(...) se ha aceptado que en el análisis y confrontación de dos marcas no sólo debe tenerse en cuenta una simple diferencia Gramatical, sino que dichas diferencias deben realmente existir, y evitar confusión en los consumidores; NO BASTA cualquier diferencia de letras y sílabas para concluir que dos Signos Distintivos puedan coexistir como tales, es necesario observarlas en su conjunto, tal y como obra el consumidor medio para concluir si inducen o no a error al público.”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, el señor **GERMAN SANTIAGO**

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

GARZON CORTES, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Prohibición de monopolio sobre expresiones genéricas o descriptivas. El derecho marcario no permite apropiarse en exclusiva del término “AGRO”, el cual describe la destinación agropecuaria y es indispensable en el comercio del sector.

Prevalencia del interés general y la libre competencia. Permitir que un operador monopolice un prefijo genérico afectaría a todos los actores de la cadena agrícola, vulnerando la función económica del registro marcario.

Exigencia del análisis integral del signo mixto. Tanto la doctrina como la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina —TJCA— establecen que los signos mixtos deben evaluarse de manera conjunta, incluyendo el impacto visual, cromático y figurativo.

Necesidad de acreditar uso real y uniforme para alegar notoriedad, familia marcaria o riesgo de asociación. El opositor no aportó prueba idónea alguna para respaldar dichas afirmaciones, por lo que no pueden ser tenidas en cuenta. (...)

(...) La divergencia fonética no solo es gráfica, sino también articulatoria: mientras SER incorpora un sonido fricativo alveolar sordo, GER incorpora un sonido oclusivo velar sonoro o fricativo velar sordo según la norma fonética del español colombiano. Esta diferencia en el núcleo distintivo refuerza la imposibilidad de confusión auditiva para el consumidor medio, que recuerda las marcas de manera imperfecta. (...)

El signo no es una imitación casual ni caprichosa. Su creación deriva legítimamente del nombre civil del solicitante (GERMÁN SANTIAGO GARZÓN CORTÉS), amparándose en el derecho que otorga el Artículo 134 literal a) de la Decisión 486 para registrar derivaciones de la propia identidad. Esto prueba la absoluta buena fe en la adopción del signo y desvirtúa cualquier intención de competencia desleal.

No obstante, su origen personal, para efectos del mercado y de la percepción del consumidor medio, el elemento “GER” opera como un término de fantasía. Al no existir el vocablo “GER” en el Diccionario de la Real Academia Española con significado propio, ni tener relación descriptiva con la maquinaria agrícola (Clase 07), se configura como un signo arbitrario. Conforme a la doctrina marcaria y la jurisprudencia andina (Proceso 1-IP-87), los signos de fantasía ostentan la máxima jerarquía distintiva, pues al carecer de contenido semántico previo, su única función es distinguir el origen empresarial. Esto rompe cualquier nexo conceptual o ideológico con la raíz gramatical “SER” (verbo copulativo) que utiliza la Opositora. (...)

(...) No existe correspondencia funcional entre los fonemas en la posición distintiva: 4 5 • /s/ → fricativa, alveolar, sorda. • /g/ → oclusiva, velar, sonora. • /x/ → fricativa, velar, sorda (según dialecto).

(...) AGRO-SÉR → sonido continuo y suave, marcado por la sibilancia de la fricativa alveolar. • AGRO-GÉR/JÉR → sonido explosivo o gutural, perceptiblemente más marcado y fuerte, producto de la oclusiva o fricativa velar. (...)

(...) La debilidad del prefijo ‘AGRO’ se prueba con la coexistencia pacífica en el registro de la SIC de marcas en la Clase 07 y afines, tales como: AGROCOL, AGROMECA, AGROTEC y AGROLINE. Esto demuestra que la SIC ya ha permitido que distintos competidores convivan usando este prefijo, siempre que sus sufijos sean distintos, como ocurre entre SER y GER.

En consecuencia, el opositor no puede pretender monopolizar el prefijo “AGRO” ni derivar de él una supuesta familia marcaria, pues ello controvierte los principios de libre competencia y de exclusión de vocablos genéricos en el cotejo marcario. (...)

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

(...) Los productos protegidos por la marca AGROSER (Clases 01 y 05) son insumos químicos consumibles (sustancias que se agotan con el uso, como fertilizantes y pesticidas) cuya función es biológica/química. Por el contrario, los productos identificados con AGROGER (Clase 07) son bienes de capital, equipos e implementos mecánicos (maquinaria, motocultores, herramientas), cuya función es mecánica y operativa. Jurídicamente, un insumo no es sustituible por una máquina, eliminando el riesgo de confusión directa.

(...) Si bien ambos actores concurren en el sector agroindustrial, la marca AGROSER goza de reconocimiento distintivo en el segmento de agroquímicos y protección de cultivos. Cualquier venta o distribución de maquinaria que realice el opositor es una actividad comercial secundaria o de distribución de terceros, no el núcleo de identidad de su marca. En contrapartida, la marca AGROGER busca distinguir específicamente maquinaria y equipos, operando bajo el Principio de Especialidad (Art. 146). No existe un "puente marcario" porque el consumidor no espera que una marca posicionada en químicos identifique también la ingeniería de sus equipos mecánicos. (...)

(...) El elemento "GER" opera como un signo de fantasía de máxima fuerza distintiva. Aunque su origen lícito deriva del nombre del solicitante (Art. 134 Decisión 486), para el mercado es un vocablo arbitrario que rompe cualquier nexo conceptual con el verbo genérico "SER" del opositor."

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal i) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

i) puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate.

Concepto de la norma

Debe entenderse que existe engaño cuando el signo genera en la mente del consumidor una distorsión de la realidad respecto de las características del producto o servicio distinguido, siendo entonces necesario proceder a la protección del interés general del público consumidor negando la protección sobre este tipo de conjuntos marcarios.²

Así las cosas, para determinar si una marca es engañosa, es preciso relacionar el signo solicitado con los productos o servicios a distinguir, apreciar esta relación que surge entre el signo y los productos o servicios, para concluir si la información otorgada por la marca genera algún tipo de incongruencia o engaño que pueda afectar al consumidor. Es decir, se pretende que el consumidor confíe en que la información que le proporciona la marca sea correcta y no lo induzca a error sobre la calidad, composición, procedencia o aptitud para el empleo de los productos o servicios que va a consumir.

² TJCA, Proceso 35-IP- 98

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

En consecuencia, la marca será engañosa cuando informe una cantidad o una naturaleza que no posee pero que sea precisamente la que atrae al consumidor. Por lo tanto, será entonces fundamental ubicar muy bien el tipo de producto al que se aplica la marca para poder lograr identificar cuál o cuáles son las características que inciden en su calidad y por las cuales el consumidor lo adquiere.

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho.

En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero³, esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada⁴. Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea

³ •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

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

Acervo probatorio

Al expediente fueron allegadas las siguientes pruebas por parte de la apoderada del señor **GERMAN SANTIAGO GARZON CORTES**:

- Certificado de existencia y representación legal del solicitante.
- Catálogo comercial de maquinaria AGROGER (registro fotográfico) con el fin de probar el uso real y posicionamiento en el mercado.
- Facturas de venta anonimizadas para denotar la continuidad y habitualidad en el uso del signo solicitado.
- Capturas con fecha cierta de la página web oficial del solicitante.
- Interpretaciones Prejudiciales TJCA y resoluciones SIC relevantes.
- Capturas del sitio web del opositor.
- Evidencia de registros marcarios de terceros en Clase 07.

a) Pruebas rechazadas:

Aquel material probatorio aportado por parte de la apoderada del solicitante contenido en imágenes y páginas web cuyo fin es demostrar el uso de las marcas bajo análisis en el mercado será rechazado por parte de esta Dirección. Se reconoce que, si bien el material probatorio aportado demuestra comportamientos de mercado, la Decisión 486, respecto al análisis de la causal relativa por confundibilidad en el Art. 136 literal a) relaciona:

Artículo 136.- 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;

En este orden, las pruebas orientadas a demostrar el uso de la marca en el comercio no son relevantes a fin de determinar la aplicación de la causal contenida en literal a) del artículo 136, sino que basta acreditar la solicitud o el registro antecedente para que proceda el estudio de la causal invocada.

Ahora bien, respecto de los argumentos de la solicitante, es necesario aclarar que el estudio comparativo que debe realizar esta oficina solo puede incluir la información brindada dentro de la solicitud y en el registro base de la negación, al ser esta la manifestación jurídicamente vinculante en lo que concierne al alcance de las reivindicaciones de la primera y de los derechos concedidos por el segundo, pues son estos datos los que fueron consignados dentro del registro de marcas.

Por lo anterior, el uso de las marcas en el mercado y su correspondiente divulgación en el mismo no es propósito del análisis del registro de marca, dado que, el uso de una marca

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

puede ser objeto de análisis por medio otros mecanismos, como lo es la acción de cancelación ejercida por un tercero. (Art. 165, Decisión 486 de la Comunidad Andina).

Así, el estudio comparativo que ahora nos ocupa debe seguir los parámetros establecidos en la solicitud de registro del signo solicitado y en el registro de las marcas previamente registradas, sin que éste se vea afectado por usos eventuales de los signos que sus titulares puedan darles en el mercado, pues de lo contrario se estaría desconociendo el efecto constituyente de derechos del registro marcario (artículo 154 de la Decisión 486).

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Análisis de la causal de irreregistrabilidad dispuesta en el literal i) del artículo 135

El signo solicitado a registro es:



El cual pretende identificar los siguientes productos de la Clasificación Internacional de Niza:

7: Máquinas agrícolas.

Esta Dirección observa que el opositor alegó como causal de irreregistrabilidad la correspondiente al literal i) del artículo 135 de la Decisión 486, es decir, signo engañoso. Sin embargo, todas sus argumentaciones corresponden a la eventual confundibilidad del signo solicitado con sus marcas “AGROSER”, lo cual no corresponde a la precitada causal, pues se trata de objeciones que encajan dentro de los presupuestos del literal a) del artículo 136 ibídem, razón por la cual al existir una norma especial que contempla los argumentos del opositor, esta Dirección procederá a efectuar el análisis de la causal correcta alegada.

Sin perjuicio de lo anterior, precisa este Despacho que teniendo en cuenta los preceptos jurisprudenciales, doctrinales y la normatividad aplicable en materia de Propiedad Industrial, esta Dirección encuentra que el signo solicitado no resulta engañoso en los términos de la causal aludida. Lo anterior, en la medida en que no atenta contra las condiciones de veracidad impuestas en el tráfico mercantil y no informa necesariamente a los consumidores erróneamente sobre los artículos con ella distinguidos.

Análisis de la causal de irreregistrabilidad dispuesta en el literal a) del artículo 136

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	PREMIER AGROSER	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	SD2023/0031504	11	5	Marca	Registrada	30 de diciembre de 2035
Nominativa	AGROSER LINEAR	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	SD2023/0017169	11	5	Marca	Registrada	12 de abril de 2034
Mixta	AGROSER SEMBRAMOS FUTURO...	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	SD2022/0052634	11	1	Marca	Registrada	15 de abril de 2034
Mixta	TWINGO Agroser	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	SD2025/0037586	12	1, 5	Marca	Registrada	12 de noviembre de 2035
Nominativa	PRIVA AGROSER	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	SD2023/0042087	11	5	Marca	Registrada	18 de julio de 2034
Nominativa	FINO AGROSER	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	SD2023/0042082	11	5	Marca	Registrada	15 de diciembre de 2033
Nominativa	MALATHION ULV 940 AGROSER	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	04101188	8	5	Marca	Registrada	27 de junio de 2035
Nominativa	VISADO AGROSER	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	97065664	7	5	Marca	Registrada	11 de enero de 2032
Nominativa	AGROSER. S.A.	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	94045620	7	1	Marca	Registrada	30 de enero de 2035
Mixta	AGROSER SEMBRAMOS FUTURO...	Agroquímicos Semillas y Equipos de Riego S.A.S Agroser S.A.S	SD2022/0052615	11	5	Marca	Registrada	15 de abril de 2034

Facultad oficiosa de la Administración



Ref. Expediente N° SD2025/0040515

De conformidad con lo preceptuado en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, esta Oficina siempre realiza un estudio de fondo de irregistrabilidad de los signos solicitados, así no se haya presentado oposición, ya sea para conceder o negar el registro de la marca, porque en ningún momento se encuentra eximida de realizar el referido examen de irregistrabilidad.

En efecto, el Tribunal en múltiples Interpretaciones Prejudiciales⁵ ha abordado el tema del examen de registrabilidad, pero en uno de sus últimos pronunciamientos, determinó con toda claridad cuáles son las características de este examen:

“1. El examen de registrabilidad se realiza de oficio. La Oficina Nacional Competente debe realizar el examen de registrabilidad así no se hubieren presentado oposiciones, o no hubiere solicitud expresa de un tercero.

2. El examen de registrabilidad es integral La Oficina Nacional Competente al analizar si un signo puede ser registrado como marca debe revisar si cumple con todos los requisitos de artículo 134 de la Decisión 486, y luego determinar si el signo solicitado encaja o no dentro de alguna de las causales de irregistrabilidad consagradas en los artículos 135 y 136 de la misma norma.

3. En consecuencia con lo anterior y en relación con marcas de terceros, la Oficina Nacional Competente, así hubiera o no oposiciones, deberá revisar si el signo solicitado no encuadra dentro del supuesto de irregistrabilidad contemplado en el artículo 136, literal a): es decir, debe determinar si es o no idéntico o se asemeja o no 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’ (Proceso 180-IP-2006. Interpretación Prejudicial de 4 de diciembre de 2006, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena NC 1476, de 16 de marzo de 2007. Marca: ‘BROCHA MONA”).”

Por lo tanto, se advierte que la ausencia de oposición durante el trámite administrativo, su presentación con resultado desfavorable para el opositor o el desistimiento de la misma no significa la concesión automática de registro de un signo distintivo. Así, conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales realizará un examen integral de la solicitud de registro con independencia del resultado de la oposición presentada, trayendo de oficio las causales de irregistrabilidad que considere relevantes.

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	AGROGEL	ILSA S.P.A.	SD2019/0080359	10	1	Marca	Registrada	12 de agosto de 2026
Nominativa	AGROGEL	ILSA S.P.A.	15266459	10	1	Marca	Registrada	27 de junio de 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

⁵ Se destacan las siguientes Interpretaciones Prejudiciales sobre la materia: Interpretación Prejudicial de 7 de julio de 2004, proferida dentro del proceso 40-IP-2004; Interpretación Prejudicial de 9 de marzo de 2005, proferida dentro del proceso 03-IP-2005; e Interpretación Prejudicial de 16 de noviembre de 2005, proferida dentro del proceso 167-IP-2005.



Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Signo solicitado
 (Mixto)

El signo mixto solicitado para registro está compuesto por la expresión "AGROGER" en tipografía inclinada hacia la derecha; el segmento "AGRO" en color verde y "GER" en color naranja. Incluye un elemento figurativo central de dos arcos contrapuestos que forman una circunferencia incompleta, uno superior verde que conecta con la letra R y otro inferior naranja que conecta con la letra G. La tipografía es geométrica, de trazos gruesos y terminaciones rectas.

Signos opositores
  (Mixtos) AGROSER LINEAR PRIVA AGROSER FINO AGROSER MALATHION ULV 940 AGROSER VISADOAGROSER AGROSER. S.A. (Nominativos)

Las marcas opositoras comparten predominantemente el elemento denominativo "AGROSER", a menudo asociado a un gráfico de espiga geométrica encerrada en un círculo de color verde. El primer signo mixto presenta el término principal en verde bajo el icono y sobre el eslogan "Sembramos futuro..." en gris; en contraste, el segundo signo mixto destaca "PREMIER" en púrpura junto a tres líneas onduladas verdes, y el tercero resalta "TWINGO" en azul claro, ambos acompañados por el término "AGROSER". Las restantes marcas son de naturaleza nominativa conformadas por la expresión "AGROSER" junto a expresiones complementarias tales como LINEAR, VISADO, PRIVA, FINO., S.A., MALATHON ULV 940.

Antecedentes
 (Mixto) AGROGEL (Nominativo)

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Finalmente, las marcas antecedentes son de naturaleza mixta y nominativa. La marca mixta compuesta por la denominación "AGROGEL" en letras mayúsculas *sans-serif* de color verde brillante. Un isotipo central de color amarillo brillante, formado por dos trazos curvos entrelazados que crean un efecto de espiral o sol, se integra reemplazando a la letra "O". El segundo signo es de tipo denominativo y consiste exclusivamente en la expresión "AGROGEL".

Familia de marcas de la sociedad opositora

El hecho que la sociedad opositora, **AGROQUÍMICOS SEMILLAS Y EQUIPOS DE RIEGO S.A.S AGROSER S.A.S** incluya de forma reiterada la misma expresión "**AGROSER**" en buena parte de sus marcas nos hace concluir que estamos en presencia de una familia de marcas entendida esta como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común un conjunto de productos, con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

La protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un prefijo común, y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo prefijo para productos similares o relacionados, tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto por la calidad que ya conoce.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

"En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión".⁶

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas, en el cual el elemento dominante común en la expresión "**AGROSER**", y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial, con el fin de proteger al titular de esta y a los consumidores.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Comparación entre signos mixtos y nominativos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y nominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos.⁷

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”*.⁸

El Tribunal ha reiterado que: *“en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos.*

El gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de concepto (...)”.⁹

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

*“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto se estableció que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual y el acompañamiento o no de un gráfico (...)”*¹⁰.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.

⁹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26 de 1998.

¹⁰ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

De igual manera reiteró: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”*. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente análisis es de señalar que teniendo en cuenta que, en el signo solicitado, en aquellas marcas mixtas opositoras y en el signo mixto hallado de oficio predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

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

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

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

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

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

***f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”**¹¹*

Análisis comparativo con las marcas opositoras

Habiéndose establecido la naturaleza de los signos en cotejo, esta Dirección debe precisar que, si bien los signos forman una conjunción de elementos que no es susceptible de ser dividida en sus partes y que debe ser analizada en su conjunto, ello no obsta para que, dentro del conjunto marcario, se analicen aquellos componentes que ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor, pues dicho análisis es necesario para determinar si los signos son susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación.

Al analizar los signos confrontados, se observa que es el elemento nominativo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos reivindicados con

¹¹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

estos signos y debido a la fuerza expresiva natural y recordación que tienen las palabras en la mente de los consumidores. Ahora, si bien las marcas fundamento de oposición contienen diversas expresiones, el elemento sobre el cual recae su carga diferenciadora y que es el que conforma su familia de marcas corresponde a la expresión **AGROSER**.

Al realizar el análisis de conjunto, puede observarse que entre las expresiones que caracterizan a los signos cotejados: **AGROGER** y **AGROSER** existe una semejanza ortográfica que trasciende la simple coincidencia en el prefijo evocativo "AGRO". La estructura de ambos signos es prácticamente idéntica, compartiendo la misma extensión, la secuencia vocálica A-O-E y una terminación en la conjunción "ER" que genera una unidad rítmica casi imperceptible para el consumidor. A juicio de esta Dirección, la impresión general de los signos es tan similar que el usuario promedio, al percibirlos de manera sucesiva –no simultánea- en el mercado, difícilmente podrá retener la diferencia mínima que plantea la alternancia entre la "G" y la "S", especialmente cuando el resto de la estructura se mantiene invariable.

Fonéticamente, la coincidencia en la sílaba tónica —la cual recae con la misma intensidad en el último segmento de ambas denominaciones— refuerza la confusión auditiva, haciendo que la pronunciación de **AGROGER** y **AGROSER** resulte en un golpe de voz prácticamente homófono en el mercado colombiano, máxime cuando existe coincidencia en la secuencia vocálica **A-O-E**, teniendo presente que son las vocales las encargadas de otorgar sonoridad a cada término; además de que existe total coincidencia en sus dos sílabas iniciales **A-GRO**, y una coincidencia parcial en la última de ellas: **GER / SER**.

En cuanto a los elementos con función diferenciadora, si bien la letra "G" en el signo solicitado y la "S" en los opositores estarían llamados a cumplir esta tarea, en el presente caso dicha diferenciación se desvanece por el tratamiento integral y gráfico de la marca solicitada. Se observa que el trazo de la letra "g" en AGROGER ha sido dispuesto de tal forma que su morfología geométrica se asemeja considerablemente a una "s"¹², lo que en un ejercicio real e imperfecto de observación por parte del consumidor, incrementa exponencialmente el riesgo de que el signo sea leído directamente como los de la opositora. Esta similitud visual anula cualquier esfuerzo de distinción, pues la tipografía elegida para el signo solicitado tiende a mimetizarse con la estructura de las marcas de la sociedad opositora.

Finalmente, la existencia de una familia de marcas por parte de la opositora impone un estándar de rigurosidad superior en este cotejo, pues el consumidor ya está habituado a identificar el elemento **AGROSER** como un indicador de origen empresarial específico. La introducción de un signo con una carga ortográfica, fonética y visual tan cercana como **AGROGER** induce al público a confundirse o en su defecto, creer erróneamente que se trata de una nueva variante o producto perteneciente al mismo grupo económico.

En conclusión, esta Dirección determina que existe un evidente y notorio riesgo de confusión directo entre el signo solicitado AGROGER y las marcas opositoras AGROSER. La altísima similitud ortográfica y fonética, agravada por un diseño gráfico en la marca solicitada que diluye las pocas diferencias existentes, impide que dicho signo cuente con la distintividad extrínseca necesaria para evitar el aludido riesgo y sin afectar los derechos previamente adquiridos por la sociedad opositora.



Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Análisis comparativo con las marcas halladas de oficio

Habiéndose establecido la naturaleza de los signos en cotejo, esta Dirección debe precisar que, si bien los signos forman una conjunción de elementos que no es susceptible de ser dividida en sus partes y que debe ser analizada en su conjunto, ello no obsta para que, dentro del conjunto marcario, se analicen aquellos componentes que ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor, pues dicho análisis es necesario para determinar si los signos son susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación.

Al analizar los signos confrontados, se observa que es el elemento nominativo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos reivindicados con estos signos y debido a la fuerza expresiva natural y recordación que tienen las palabras en la mente de los consumidores.

Al realizar el análisis de conjunto, puede observarse una similitud que raya en la identidad casi absoluta. Ambos signos comparten una estructura de siete letras, de las cuales las seis primeras (**AGROGE-**) guardan una secuencia y orden idénticos. A juicio de esta Dirección, la única diferencia ortográfica se reduce a la alternancia de la consonante final entre la "R" y la "L". Al tratarse de dos consonantes situadas en la última sílaba y al final de cada término, el impacto diferenciador es prácticamente nulo, ya que la carga fonética y visual se concentra en el bloque común predominante, generando una impresión de conjunto que imposibilita una distinción clara en el mercado.

Ortográfica y fonéticamente, la coincidencia en el lexema y la sílaba tónica refuerza el riesgo de confusión. Dado que ambas expresiones son palabras agudas que terminan en consonante, la sonoridad de **AGROGER** y **AGROGEL** es tan cercana que, en una pronunciación fluida o en un ejercicio de recordación imperfecta de mercado, el consumidor promedio no logrará retener la variación de la última letra. Esta cercanía fonética y ortográfica desplaza cualquier diferencia que pudieran aportar sus elementos gráficos, pues el elemento denominativo, al ser casi idéntico, es el que ejerce la función principal de identificación del origen empresarial.

En conclusión, esta Dirección determina la existencia de un irrefutable riesgo de confusión y de asociación entre el signo solicitado **AGROGER** y las marcas preexistentes **AGROGEL**. La mínima diferencia en una sola letra no es suficiente para romper el nexo de similitud que une a ambos signos, lo que llevaría al público a incurrir en error sobre el origen de los productos. Por lo tanto, el signo solicitado no cumple con el requisito de distintividad extrínseca necesario para diferenciarse de las marcas registradas.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

7: Máquinas agrícolas.

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Los signos confrontados identifican:

Expedientes Productos

Marcas opositoras:

- SD2023/0031504** **(5):** Productos para destruir los animales dañinos, fungicidas, herbicidas.
- SD2023/0017169** **(5):** Fungicidas, herbicidas.
- SD2022/0052634** **(1):** Fertilizantes.
- SD2025/0037586** **(1):** Productos químicos para uso agrícola, hortícola y forestal; fertilizantes para uso agrícola; abonos para uso agrícola; cal agrícola; acondicionadores de suelos para uso agrícola; reguladores de crecimiento vegetal para uso agrícola; abonos orgánicos, estiércol y abonos para el suelo; compuestos químicos para conservar alimentos.
- (5):** Productos y preparaciones para destruir las malas hierbas y los animales dañinos, fungicidas, herbicidas, insecticidas, plaguicidas, pesticidas.
- SD2023/0042087** **(5):** Productos y preparaciones para destruir las malas hierbas y los animales dañinos, fungicidas, herbicidas.
- SD2023/0042082** **(5):** Productos y preparaciones para destruir las malas hierbas y los animales dañinos, fungicidas, herbicidas.
- 04101188** **(5):** Productos comprendidos en la clase 5.
- 97065664** **(5):** Preparaciones para destruir las malas hierbas y los animales dañinos.
- 94045620** **(1):** Productos químicos destinados a la agricultura, horticultura silvicultura y abonos para las tierras (naturales y artificiales).
- SD2022/0052615** **(5):** Fungicidas, herbicidas.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Análisis de Conexidad Competitiva entre la clase 7 de la solicitante y la clase 1 de las opositoras

A juicio de esta Dirección, existe una **complementariedad** funcional y económica entre los productos en conflicto. Si bien teóricamente es posible la aplicación manual de ciertos insumos, en el ámbito de la explotación agroindustrial —mercado al que se dirigen las máquinas agrícolas (cobertura del solicitante)—, el uso de fertilizantes para uso agrícola,

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

abonos para las tierras o acondicionadores de suelos para uso agrícola (cobertura de las opositoras) requiere necesariamente de equipos mecánicos tales como aspersores, pulverizadores o tractores con aguilones para garantizar la rentabilidad y la incorporación técnica de los nutrientes al suelo, y su eficacia. En este contexto, la máquina es el vehículo indispensable para que el insumo químico cumpla su finalidad productiva a escala comercial, haciendo que la sustitución por métodos manuales sea inviable.

Asimismo, concurre el criterio de **razonabilidad** en el origen empresarial, reforzado por los canales de distribución. En el mercado colombiano, es sumamente común que las empresas que proveen soluciones tecnológicas pesadas para el agro diversifiquen su oferta hacia insumos químicos especializados bajo una misma identidad marcaria. Al ser comercializados en los mismos almacenes agropecuarios y dirigirse al mismo consumidor especializado (el agricultor o empresario del campo), resulta enteramente lógico que el público asuma que ambos productos provienen de un mismo fabricante que ofrece soluciones integrales para la preparación y nutrición de los suelos.

Sobre este particular, resulta pertinente advertir que la realidad comercial del sector evidencia una convergencia operativa que para este caso particular sirve de parámetro transversal para los análisis de conexidad competitiva contenidos en el presente acto administrativo. Así, se observa la concurrencia en el mercado de diversas empresas que han consolidado portafolios híbridos, integrando bajo un mismo signo o estructura empresarial tanto la maquinaria agrícola como productos químicos especializados para dicho sector¹³. Esta oferta integral comprende, entre otros, herbicidas, fungicidas, preparaciones para la destrucción de malas hierbas y de animales dañinos, así como fertilizantes, lo que denota una clara estrategia de diversificación orientada a satisfacer las necesidades globales de consumidores técnicos y grandes empresas agroindustriales.

Dicha coexistencia de productos en el portafolio de un mismo competidor no solo demuestra una identidad en los canales de distribución, sino también una estrecha relación de complementariedad, razonabilidad y destino que refuerza la existencia de una conexión competitiva relevante para el caso bajo estudio.

Análisis de Conexidad Competitiva entre la clase 7 de la solicitante y la clase 5 de las opositoras

En este escenario, se advierte una **razonabilidad** basada en la seguridad y la eficacia. Los fungicidas, herbicidas, insecticidas o plaguicidas (cobertura de las opositoras) son agentes químicos de alta toxicidad que exigen una dosificación precisa y un manejo controlado para evitar riesgos biológicos y daños a los cultivos. Por tanto, el uso de máquinas agrícolas especializadas (cobertura del solicitante), como equipos de pulverización o aspersión, no es una opción accesorio, sino una necesidad inherente para la aplicación segura de estos productos de clase 5. La interdependencia es tal que el producto químico puede llegar a perder su utilidad práctica y comercial en grandes extensiones sin la concurrencia del equipo mecánico adecuado.

Esta conexión se robustece bajo el criterio de **razonabilidad**, que se ve reforzado al considerar que ambos bienes comparten una finalidad común: la sanidad vegetal y la protección de los cultivos contra agentes externos. Al coincidir en el mercado objetivo y estar estrechamente vinculados en la cadena de producción agrícola, la presencia de marcas altamente similares para identificar tanto el veneno o remedio (insumo) como el equipo de aplicación (herramienta) genera una confusión inevitable. El consumidor

¹³ Empresas que comercializan máquinas agrícolas de la Clase 7 e insumos de las Clases 1 y 5: <https://agrocafe.com.co/agroinsumos/>, <https://futuagrocol.com/>, <https://croper.com/>, <https://agroactivocol.com/>

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

promedio difícilmente podrá disociar el origen empresarial de estos productos, asumiendo que la tecnología de la máquina y la composición del químico forman parte de un mismo sistema de protección agraria desarrollado por el mismo titular.

Marcas antecedentes

SD2019/0080359 (1): Fertilizantes; gelatina para uso industrial; fertilizantes para uso agrícola.

15266459 (1): Productos químicos destinados a la industria, ciencia y fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abonos; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; sustancias curtientes; adhesivos para la industria; fertilizantes; preparaciones para fertilización; estiércol de animales para fines agrícolas; gelatina para fines agrícolas.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Análisis de Conexidad Competitiva entre la Clase 7 de la solicitante y la Clase 1 de las marcas halladas de oficio

A juicio de esta Dirección, existe una **complementariedad** técnica y funcional innegable entre las máquinas agrícolas (cobertura de la solicitante) y los **productos químicos**, fertilizantes, abonos, preparaciones para fertilización o estiércol de animales para fines agrícolas (marcas registradas). Si bien en escalas mínimas es posible la aplicación manual, el mercado de la clase 7 está intrínsecamente ligado a la explotación agroindustrial, donde el uso de maquinaria es el medio eficiente, seguro y comercialmente viable para la distribución uniforme de estos insumos químicos y orgánicos.

La máquina actúa como el instrumento necesario para que el producto químico alcance su finalidad biológica en el cultivo, estableciendo una relación de interdependencia donde el consumo de uno conlleva razonablemente al empleo del otro. A título de ejemplo, la presencia de estiércol de animales para fines agrícolas en la cobertura de oficio ratifica la complementariedad técnica bajo análisis, pues la naturaleza física de este subproducto biológico dicta que, por elementales razones de higiene, escala y decoro del operario, su manipulación y esparcimiento técnico sea mediado forzosamente por máquinas agrícolas, siendo este el único método razonable y humano para su gestión en el campo.

De igual manera, se configura el criterio de **razonabilidad** en el origen empresarial y la coincidencia en los canales de comercialización. Es una práctica habitual en el sector que los proveedores de tecnología agrícola (maquinaria) extiendan su portafolio hacia los insumos químicos, como los productos químicos destinados a la agricultura o la gelatina para fines agrícolas (cobertura de las de oficio), con el fin de ofrecer paquetes tecnológicos integrados. Dado que ambos tipos de productos se adquieren en los mismos establecimientos especializados —almacenes agrotécnicos o cooperativas— y se dirigen al mismo nicho de consumidores profesionales, existe un riesgo elevado de que el público asuma que el diseño de la máquina y la composición del fertilizante provienen de una misma fuente de innovación técnica.

Ref. Expediente N° SD2025/0040515

Conclusión

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

Sin embargo, no se encuentra comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el Literal i) del Artículo 135 del mismo estatuto.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **AGROQUÍMICOS SEMILLAS Y EQUIPOS DE RIEGO S.A.S AGROSER S.A.S.**

ARTÍCULO 2: **Negar** el registro de la Marca **AGROGER** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 7 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁴, solicitada por el señor **GERMAN SANTIAGO GARZON CORTES**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar al señor **GERMAN SANTIAGO GARZON CORTES**, solicitante del registro y a la sociedad **AGROQUÍMICOS SEMILLAS Y EQUIPOS DE RIEGO S.A.S AGROSER S.A.S** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma y advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 31 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

¹⁴ 7: Máquinas agrícolas.