

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23586

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

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° 97331 de 24 de noviembre de 2025, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la marca BOTTEGA Restaurante Italo-Argentino (Mixta), solicitada por MINOR HOTELS EUROPE & AMERICAS, S.A., para distinguir los siguientes servicios que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

43: Alquiler de salas de reunión; servicios de hostelería y restauración; servicios de bar; servicios de cafés-restaurantes; servicios de cafeterías; servicios de snack-bar; cocktail bar; servicios de reservas para reservar comidas; reserva de mesas en restaurantes; servicios de reserva en restaurantes; servicios de restauración prestados por hoteles.

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, MINOR HOTELS EUROPE & AMERICAS, S.A., 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:

(...) “El signo solicitado está compuesto de la siguiente manera junto con su reivindicación de colores:



Como se aprecia, está provisto de suficiente fuerza distintiva, y en consecuencia, cumple con el presupuesto de representación gráfica a través de su lectura, escritura, imagen y mensaje que, en conjunto generan una etiqueta definida e individual que se retiene en la imaginación de los consumidores, sin encontrarse afectado por la existencia previa de las marcas de BOTTEGA S.p.A., las cuales se encuentran expresadas bajo una denominación, etiquetas y adiciones diferentes al pedido a registro y para otro tipo de productos.

(...) apartarse del principio orientador dentro del cotejo de los signos en la ley de inscripción, que exige su comparación en conjunto, impidiendo cualquier tipo de fraccionamiento ya que en la recurrida resolución se omitieron características propias de los signos en contienda, y con ello se desvertebra injustificadamente su conjunto, acogiendo un procedimiento que no se ajusta a la técnica señalada por la doctrina y

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

jurisprudencia para esta clase de conflictos. Además los signos en conflicto distinguen clases y productos vs. servicios, opuestamente diferentes.

1.4. En efecto, debemos resaltar que en el cotejo de los signos efectuado por la Dirección de Signos Distintivos se subestimaron elementos particulares entre cada uno de ellos y que permite demostrar la total e incuestionable lejanía en similitud.

Se observa que únicamente el reparo quedó estacionado respecto a una de las palabras que aparece común en los sellos enfrentados, esto es, “Bottega...”, lo cual, no solo representa un fraccionamiento inadecuado dentro del proceso de comparación, sino que además, aquella se encuadra dentro del criterio de palabras extranjeras, en este caso, propias del italiano, que por sí sola resulta inapropiable por referirse a una definición estándar o genérica para señalar un lugar destinado al almacenamiento de objetos de todo tipo; un local, generalmente en la planta baja, donde se exponen y venden mercancías; razón por la cual su uso con propósitos de registro, requiere de agregaciones, como en este caso se hizo, para fijar su alcance y distintividad; no obstante, la Oficina de marcas aplicó precisamente un procedimiento inverso al separar las palabras y por ende, el sentido arroja una expresión bastante huérfana y precaria con la conclusión en el análisis comparativo (...)

Bajo esa técnica inviable era predecible este resultado, pues el proceso de cotejo ha debido servirse sobre los restantes elementos que integran los signos enfrentados y no sobre una sola de las palabras aisladas. Elementos visibles desde la estructura de la denominación de los nombres enfrentados y que acompañan la palabra común Bottega, tales como, B S.p.A; GOLD; B GOLD; WHITE GOLD; PETALO; MILLESIMATO y ROSE GOLD, las cuales tiene a su vez su propia arquitectura de la etiqueta, ninguna de ellas vista o contenida en la marca en trámite.

Nótese que la marca pedida “BOTTEGA Restaurante Italo-Argentino” (Mixta)”, ostenta una denominación que si bien incorpora una palabra común, extranjera, genérica del italiano “bottega”, su expresión en conjunto y con la presencia de los demás elementos denominativos que le acompañan, diluyen la aparente similitud que pudiera existir entre los signos como quiera que su resultado es una lámina completamente diferente al registrado, que permitirá al consumidor identificar y diferenciar en el mercado con facilidad la procedencia y la clase de servicios que protege y por ende, atribuirle al signo su distintividad.

BOTTEGA, del idioma italiano que en español significa BODEGA.

Que es BODEGA

La primera definición de bodega en el diccionario es un lugar de venta al público de diversos tipos de bienes: b. de telas, de zapatos; el b. del panadero, el carnicero. Otra definición de bodega es el comercio, el tráfico, a menudo ilícito. Bodega es también un taller de artesanos: b. de barbero, carpintero, zapatero.

Es indudable que BOTTEGA, palabra del idioma italiano que traducida al español significa BODEGA, es una palabra genérica o de uso común,

La denominación “BOTTEGA Restaurante Italo-Argentino” (mixta), conforme está expuesta, por sí misma ostenta sus particularidades, no solo revisando su especial escritura, sino atendiendo su dicción, cadencia, pronunciación, extensión de la denominación, lo cual produce una visión y concepto totalmente diferente frente a las marcas traídas de Oficio. (...)

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

1.6. Especialidad y especificidad de los productos a distinguir por cada uno de los signos en contienda.

Desvirtuado como ha quedado el parecido de los signos y con el propósito de definir el punto de aproximación de los servicios/productos que la entidad encontró forzosamente conexos, resulta indispensable en este caso efectuar un estudio de los elementos que distingue cada marca, su forma de mercadeo y el campo en el que incursionan, para establecer si realmente tiene la posibilidad de inducir confusión dentro de la comunidad.

(...) Es claro que una marca registrada para productos de la clase 33 no puede pretender que sus productos incluyan los servicios de la clase 43 que protege; es decir clases distintas y producto vs. servicios, que resultan opuestamente diferentes

En efecto, un productor o industrial, se abastece de materiales de varios proveedores y los transforma en productos terminados mediante el uso de la mano de obra, bien sea física o a través de procesos industrializados y le corresponde tener inventarios de materias primas, trabajo en proceso y de artículos terminados; a su turno, existen empresas que se dedican a proveer servicios de hotelería, alojamiento y restauración, es decir explotan otras gestiones comerciales, como la marca solicitada; y estos servicios de ninguna manera se confunden con vinos y bebidas alcohólicas.

Se trata pues de gestiones distintas, con finalidades diferentes y por ende, sus despliegues publicitarios y promocionales son igualmente disímiles; razón por la cual y bajo un correcto análisis de las circunstancias aquí contempladas en la resolución recurrida, vemos que el índice de razonabilidad de la conexión que invoca la entidad, es inexistente y lejana a una nocividad en el ámbito competitivo, toda vez que se trata de actos comerciales diferentes, amén de las especificaciones claras de los productos y servicios que definen sus propios campos de acción.

Según la doctrina y jurisprudencia, a pesar de que algunos productos y servicios se encuentren eventualmente en la misma clasificación –que no es este caso-, no necesariamente implica que exista comunidad entre ellos; la marca solicitada pretende distinguir servicios específicos de la clase 43, y por consiguiente, son elementos específicos que cumplen una finalidad distinta en consumidores heterogéneos, por tanto, no existe la relación ni indirecta que genere motivos de confusión, conexidad o complementariedad al tratarse de denominaciones autónomas.”

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”.

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

1.2. La norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea concedido se requiere que ésta no esté incurso en los siguientes supuestos de hecho que darían lugar a su negación:

- i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero, de modo que no sea posible su diferenciación.
- ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada.

De igual forma, la norma exige que dicha identidad o semejanza entre los signos, así como la relación entre los productos y/o servicios identificados por ellos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los consumidores.

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

1.2.1. Identidad o semejanza de los signos

La semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos: conceptual, ortográfico, fonético y visual.

Existirá semejanza conceptual cuando los dos signos evoquen una idea idéntica o semejante¹.

La similitud ortográfica se presenta por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión².

Por su parte la visual puede ser entendida como ortográfica, pero es principalmente referida a los signos figurativos o esencialmente visibles.

La semejanza fonética se presenta por coincidencia en las raíces o terminaciones, y cuando la sílaba tónica en las denominaciones comparadas es idéntica o muy difícil de distinguir. Sin embargo, se debe tener en cuenta las particularidades de cada caso, para determinar una posible confusión³.

1.2.2. Criterios de conexidad de los productos o servicios

El juez consultante deberá analizar, en relación con los productos, la conexidad competitiva interna existente entre estos y el riesgo de confusión que, por la naturaleza o uso de los

¹ TJCA, Proceso N° 133-IP-2009.

² Ibídem.

³ Ibídem.

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

productos identificados por las marcas, pueda desprenderse. A tal efecto, el Tribunal⁴ ha recogido los siguientes criterios sustanciales para definir el tema para la conexión competitiva:

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. 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 relativa facilidad.

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.

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.

1.2.3. El riesgo de confusión o de asociación

El riesgo de confusión es la posibilidad de que el consumidor adquiriera un producto o servicio pensando que está adquiriendo otro (confusión directa), o que adquiriera un producto o servicio pensando que éste tiene un origen empresarial distinto al que realmente vincula (confusión indirecta).

Por su parte, el riesgo de asociación se presenta cuando a pesar de no existir confusión se vincula económica o jurídicamente a uno y otro oferente de los productos o servicios identificados por las marcas respectivas⁵.

1.2.4. Reglas de cotejo marcario

⁴ TJCA, Proceso No. 100-IP. 2018

⁵ TJCA, Proceso N° 164-IP-2007.

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

Para determinar la identidad o el grado de semejanza entre los signos, la Jurisprudencia ha establecido reglas de comparación generales aplicables a todo tipo de signos, y otros específicos para el tipo o naturaleza de los signos en confrontación.

En este orden de ideas, los criterios generales son:

“(…)

- 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 (...)”⁶.

Así, para determinar la identidad o el grado de semejanza entre los signos, siguiendo las reglas antes mencionadas, deben tenerse en cuenta los aspectos de orden visual, fonético y conceptual⁷ mencionados, teniendo en cuenta la naturaleza de los signos a confrontar.

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 expresión “BOTTEGA RESTAURANTE ITALO-ARGENTINO”, encontrándose la palabra “BOTTEGA” en un tipo especial de letra en color rojo, y debajo la frase “RESTAURANTE ITALO-ARGENTINO” en un tipo especial de letra en color negro.

Al respecto de la palabra “BOTTEGA”, el Despacho manifiesta que respecto a los signos escritos en idioma diferente al castellano, el Tribunal Andino de Justicia ha manifestado en diferentes ocasiones lo siguiente:

⁶ TJCA, Proceso N° 74-IP-2010.

⁷ TJCA, Proceso N° 113-IP-2007.

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

“En el caso del signo integrado por una o más palabras en idioma extranjero, es de presumir que el significado de éstas no forma parte del conocimiento común, por lo que cabe considerarlas como de fantasía y, en consecuencia, procede el registro como marca de la denominación de que se trate.”

A juicio del Tribunal, “Las denominaciones de fantasía ... implican la creación de un vocablo, el mismo que puede no tener significado alguno. Es así que una marca de fantasía gozará generalmente de un mayor poder distintivo. Por lo tanto, las marcas de fantasía o caprichosas por ser elaboración del ingenio propio de sus titulares carecen de connotación conceptual o significado idiomático, de tal manera que si una denominación genérica va acompañada de una palabra de fantasía, la posibilidad de que sea admitido su registro aumenta” (Sentencia dictada en el expediente N° 16-IP-98, publicada en la G.O.A.C. N° 398, del 22 de diciembre de 1998, caso “SALTIN etiqueta”).

A contrario, **la denominación en idioma extranjero no será registrable si el significado conceptual de las palabras que la integran se ha hecho del conocimiento de la mayoría del público consumidor o usuario,** habiéndose generalizado su uso, y si se trata de vocablos genéricos o descriptivos.

El Tribunal se ha pronunciado al respecto en los términos siguientes: “... **no pueden ser registradas expresiones que a pesar de pertenecer a un idioma extranjero, son de uso común en los Países de la Comunidad Andina, o son comprensibles para el consumidor medio de esta Subregión debido a su raíz común, a su similitud fonética o al hecho de haber sido adoptadas por un órgano oficial de la lengua en cualquiera de los Países Miembros ...**” (Criterio vertido en la sentencia dictada en el expediente N° 69-IP-2001, publicada en la G.O.A.C. N° 759, del 6 de febrero de 2002, caso “OLYMPUS”, y presente en las sentencias dictadas en los expedientes N° 16-IP-98, 03-IP-95, 04-IP-97, 03-IP-2002 y 15-IP-2002)⁸”.

En consecuencia, encuentra este Despacho que la palabra “BOTTEGA” no forma parte del conocimiento común del consumidor, pues se encuentra en idioma italiano, por consiguiente, el signo solicitado es de naturaleza de fantasía.

2.2. Naturaleza y descripción de las marcas previamente registradas⁹

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 47-IP-2006.

⁹

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	B BOTTEGA S.p.A.	BOTTEGA S.p.A.	SD2020/0031933	10	33	Marca	Registrada	17 nov. 2025
Mixta	BOTTEGA GOLD	BOTTEGA S.p.A.	SD2018/0080929	11	33	Marca	Registrada	22 feb. 2031
Tridimensional mixta	B BOTTEGA GOLD	BOTTEGA S.p.A.	SD2023/0031198	11	33	Marca	Registrada	21 oct. 2035
Mixta	B BOTTEGA S.p.A.	BOTTEGA S.p.A.	SD2020/0101666	10	33	Marca	Registrada	17 nov. 2035
Mixta	BOTTEGA WHITE GOLD	BOTTEGA S.p.A.	SD2018/0074982	11	33	Marca	Registrada	16 may. 2029

Ref. Expediente N° SD2025/0035362



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, componiendo su elemento nominativo por la expresión “B BOTTEGA S.P.A.”; mientras que su elemento gráfico se compone de la letra “B” en mayor tamaño en el centro de la etiqueta de color beige, en la parte inferior de la “B” la palabra “BOTTEGA” en color negro y en negrita, y debajo de esta las letras “S.P.A.” sin negrita en color negro, todo en un tipo especial de letra. Siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza de fantasía.



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, componiendo su elemento nominativo por la expresión “BOTTEGA GOLD”; mientras que su elemento gráfico se compone de la palabra “BOTTEGA” en color negro y debajo la palabra “GOLD” en color gris, todo en un tipo especial de letra, sobre una forma particular de color gris de diferente tonalidad. Siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza de fantasía.

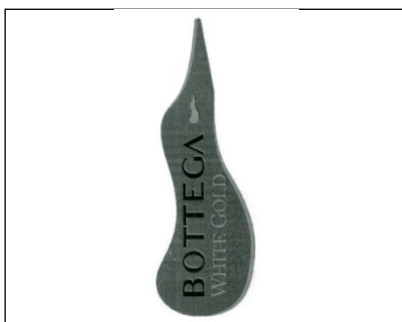
Mixta	BOTTEGA GOLD	BOTTEGA S.p.A.	SD2018/0074977	11	33	Marca	Registrada	16 may. 2029
Mixta	BOTTEGA PETALO	BOTTEGA S.p.A.	SD2018/0074974	11	33	Marca	Registrada	22 feb. 2031
Mixta	BOTTEGA MILLESIM ATO	BOTTEGA S.p.A.	SD2018/0074980	11	33	Marca	Registrada	22 feb. 2031
Mixta	BOTTEGA ROSE GOLD	BOTTEGA S.p.A.	SD2018/0074978	11	33	Marca	Registrada	22 feb. 2031



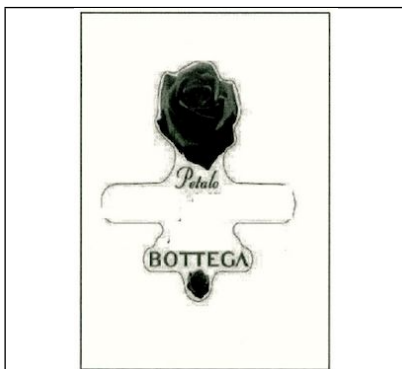
Ref. Expediente N° SD2025/0035362



La marca previamente registrada es de naturaleza tridimensional, compuesta por la expresión “BOTTEGA GOLD”, la cual se encuentra en un lateral de una botella de color dorado, en un tipo especial de letra y la palabra “BOTTEGA” en color negro y la palabra “GOLD” debajo en color dorado. Siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza de fantasía.



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, componiendo su elemento nominativo por la expresión “BOTTEGA WHITEGOLD”; mientras que su elemento gráfico se compone de la palabra “BOTTEGA” en color negro y debajo la expresión “WHITEGOLD” en color gris, todo en un tipo especial de letra, sobre una forma particular de color gris de diferente tonalidad. Siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza de fantasía.



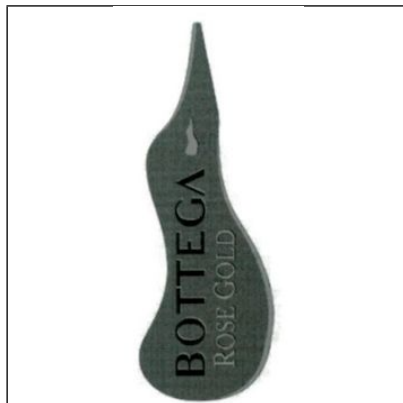
La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, componiendo su elemento nominativo por la expresión “BOTTEGA PETALO”; mientras que su elemento gráfico se compone de una figura delineada con forma de campana con un rectángulo en su mitad.

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

En la parte superior el dibujo en negro de una rosa, y en menor tamaño en la parte inferior el mismo dibujo. Cerca a la parte superior la palabra “PETALO” en un tipo especial de letra en color negro, y cerca a la parte inferior la palabra “BOTTEGA” en un tipo especial de letra en color negro, siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza de fantasía.



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, componiendo su elemento nominativo por la expresión “BOTTEGA MILLESIMATO”; mientras que su elemento gráfico se compone de la palabra “BOTTEGA” en color negro y un tipo especial de letra, y debajo la expresión “MILLESIMATO” en un tipo especial de letra, todo, sobre una forma particular de color delineada de negro con fondo blanco. Siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza de fantasía.



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, componiendo su elemento nominativo por la expresión “BOTTEGA ROSEGOLD”; mientras que su elemento gráfico se compone de la palabra “BOTTEGA” en color negro y debajo la palabra “ROSEGOLD” en color gris, todo en un tipo especial de letra, sobre una forma particular de color gris de diferente tonalidad. Siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza de fantasía.

3. CASO CONCRETO

3.1. Análisis en conjunto de los signos confrontados

En primer lugar, el Despacho debe manifestar respecto de los términos meramente descriptivos que:

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

(...) “los signos compuestos por un vocablo descriptivo o por una expresión laudatoria, tienen la posibilidad de ser registrados siempre que formen un conjunto suficientemente distintivo. A pesar de esto, el titular de un signo con dichas características, tiene que ser consciente de que no puede impedir la utilización del elemento descriptivo o laudatorio y, por lo tanto, su marca sería considerada débil¹⁰”

Así, el signo solicitado BOTTEGA Restaurante Italo-Argentino (Mixta), contiene la frase “Restaurante Italo-Argentino”, el cual respecto de la Clase 43 del Nomenclador Internacional, aplicado a los servicios que pretende identificar, indica la descripción de los mismos, por consiguiente, el signo mencionado guarda una relación directa con los servicios de restauración, restaurantes, reserva de restaurantes, reservas para reservar comidas, reservas para mesas en restaurantes y reservas en restaurantes, es decir, que describe el fin mismo del producto ofrecido, y por ende el mismo no cumple con la función distintiva que debe cumplir el signo, al referirse a aspectos comunes de productos ofrecidos en el mercado.

Es decir, la expresión “Restaurante Italo-Argentino” describe de forma explícita las funciones del servicio, que son precisamente las que el cliente busca, respondiendo a la pregunta ¿cómo es?, dado que consiste en una característica esencial de estos y esperada por el consumidor para su adquisición, de suerte que éste al verla no tendrá que hacer esfuerzo para conocer dicha cualidad. Por consiguiente, la dicha frase mencionada no posee función distintiva, al referirse de forma exclusiva a aspectos comunes a otros productos y servicios de la misma naturaleza ofrecidos en el mercado.

Por lo tanto, esta Delegatura observa que si bien el signo solicitado a registro se compone por de la expresión “BOTTEGA Restaurante Italo-Argentino”, la frase “Restaurante Italo-Argentino” no resulta relevante en el caso particular puesto que carece de distintividad.

Ahora bien, es importante observar que el público percibe los elementos denominativos de un modo diferente a los otros tipos de elementos; los elementos denominativos se pueden leer o se pueden asociar con una secuencia de letras.

Entonces, analizando los signos sin la frase “Restaurante Italo-Argentino” tal y como debe realizarse su examen, este Despacho encuentra que de conformidad con lo manifestado por la Dirección de Signos Distintivos, el signo solicitado en el presente trámite administrativo BOTTEGA, frente a las marcas registradas B BOTTEGA S.P.A. vs BOTTEGA GOLD vs BOTTEGA WHITE GOLD vs BOTTEGA PETALO vs BOTTEGA MILLESIMATO vs BOTTEGA ROSE GOL, es susceptible de generar riesgo de confusión por cuanto existe una reproducción parcial de las marcas previamente registradas, toda vez que la únicas diferencias recaen en el elemento descriptivo del signo solicitado y en elementos no predominantes en los signos previamente registrados.

En efecto, se encuentra que la marca solicitada BOTTEGA Restaurante Italo-Argentino reproduce parcialmente, y en su elemento distintivo de fantasía de las marcas previamente registradas la expresión BOTTEGA.

Por otra parte, es necesario recordar que el consumidor mencionado, habitualmente, no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto

¹⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones, Proceso No 063-IP-13, 10 de abril de 2013.

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

en su memoria de los signos en cuestión y que, además el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos. Por todo ello, y los factores previamente mencionados, lo probable es que el público cuando se encuentre ante las marcas enfrentadas se confunda y las asocie.

De acuerdo con lo expuesto, es evidente el riesgo de confusión que podrían generar en el consumidor en caso de permitir su coexistencia, tanto frente a los productos que identifican, confusión directa, como respecto a su origen empresarial, confusión indirecta.

3.2. Análisis de conexidad competitiva

Encontrando que existen similitudes entre los signos confrontados, esta Delegatura, atendiendo a los argumentos esbozados por el recurrente en su escrito de apelación, procederá a realizar el respectivo análisis de conexidad competitiva de los productos y servicios que cada uno de ellos identifica.

Conforme a lo anterior, el signo solicitado en registro pretende identificar los siguientes servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

43: Alquiler de salas de reunión; servicios de hostelería y restauración; servicios de bar; servicios de cafés-restaurantes; servicios de cafeterías; servicios de snack-bar; cocktail bar; servicios de reservas para reservar comidas; reserva de mesas en restaurantes; servicios de reserva en restaurantes; servicios de restauración prestados por hoteles.

Los signos previamente registrados identifican los siguientes productos:

Expediente No. SD2020/0031933:

33: Bebidas alcohólicas (excepto cerveza); licores destilados; licor de menta; alcohol de arroz; bebidas espirituosas; amargos [licores]; anís [licor]; licor de anís; aperitivos; arac; bebidas alcohólicas, excepto cerveza; bebidas alcohólicas con frutas; bebidas alcohólicas mixtas que no sean a base de cerveza; bebidas destiladas; cócteles; curasao; digestivos [licores y bebidas espirituosas]; esencias alcohólicas; extractos alcohólicos; extractos de frutas con alcohol; ginebra; hidromiel [aguamiel]; kirsch; licores; nira [bebida alcohólica a base de caña de azúcar]; ron; sake; sidra; perada; aguapié; vino; vodka; whisky.

Expediente No. SD2018/0080929:

33: Vinos.

Expediente No. SD2023/0031198:

33: Bebidas alcohólicas (excepto cervezas); brandy; licores de menta; alcohol de arroz; bebidas espirituosas; amargos [licores]; anís [licor]; anisete [licor]; aperitivos; arac; bebidas alcohólicas, excepto cerveza; bebidas alcohólicas con frutas; bebidas alcohólicas mixtas que no sean a base de cerveza; bebidas destiladas; cócteles; curasao; digestivos [licores y bebidas espirituosas]; esencias alcohólicas; extractos alcohólicos; extractos de

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

frutas con alcohol; ginebra; hidromiel [aguamiel]; kirsch; licores; nira [bebida alcohólica a base de caña de azúcar]; ron; sake; sidra; perada; aguapié; vinos; vodka; whisky.

Expediente No. SD2020/0101666:

33: Bebidas alcohólicas (excepto cerveza); licores destilados; licor de menta; alcohol de arroz; bebidas espirituosas; amargos [licores]; anís [licor]; licor de anís; aperitivos; arac; bebidas alcohólicas, excepto cerveza; bebidas alcohólicas con frutas; bebidas alcohólicas mixtas que no sean a base de cerveza; bebidas destiladas; cócteles; curasao; digestivos [licores y bebidas espirituosas]; esencias alcohólicas; extractos alcohólicos; extractos de frutas con alcohol; ginebra; hidromiel [aguamiel]; kirsch; licores; nira [bebida alcohólica a base de caña de azúcar]; ron; sake; sidra; perada; aguapié; vino; vodka; whisky.

Expediente No. SD2018/0074982:

33: Vino espumoso.

Expediente No. SD2018/0074977:

33: Vino espumoso.

Expediente No. SD2018/0074974:

33: Vino moscato y espumoso.

Expediente No. SD2018/0074980:

33: Vinos espumosos.

Expediente No. SD2018/0074978:

33: Vinos espumosos.

Existe una clara relación comercial entre los servicios de la clase 43 de la marca solicitada, relacionados con servicios prestados por restaurantes, reserva de restaurantes, cocktail bar y snack-bar y los productos de las marcas previamente registradas en la clase 33, relacionados con bebidas alcohólicas. Particularmente, se observa que dada la naturaleza del mercado, es habitual que los productos de estas bebidas presten servicios relacionados con bares, como lo son los snack-bar y cock tail bar, para ampliar la comercialización de sus productos bajo un esquema comercial integrado. Esta realidad comercial podría llevar al consumidor promedio a interpretar, de forma justificada, que se encuentra ante una estrategia de expansión de productos de un empresario ya conocido por tener múltiples variantes de sus marcas.

En consecuencia, el consumidor podría razonablemente concluir erróneamente que ambas provienen del mismo origen empresarial o que existe un vínculo económico entre las compañías, generando un eventual riesgo de confusión, por lo tanto, al encontrarse un signo susceptible de generar riesgo de confusión frente a un signo previamente

Ref. Expediente N° SD2025/0035362

registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro.

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

3. CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente confirmar la Resolución N° 97331 de 24 de noviembre de 2025.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Confirmar la decisión contenida en la 97331 de 24 de noviembre de 2025, proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

ARTÍCULO 2: Notificar a MINOR HOTELS EUROPE & AMERICAS, S.A., 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 1 de abril de 2026

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,



PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL