

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 24927

Ref. Expediente N° SD2025/0101143

Por la cual se niega un registro

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

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que por escrito presentado el día 1 de octubre de 2025, ISSAVP GROUP S.A.S, solicitó el registro de la Marca POPZ by Natif (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1085, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

**TERCERO:** Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

*“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”*

**Causales de irreregistrabilidad en estudio**

**Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486**

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

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

**Concepto de la norma**

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

<sup>1</sup> 30: Crispetas [palomitas]; palomitas; palomitas de maíz; palomitas de maíz acarameladas; palomitas de maíz aromatizadas; palomitas de maíz azucaradas; palomitas de maíz caramelizadas; palomitas de maíz cubiertas de caramelo; palomitas de maíz dulce; palomitas de maíz elaboradas; palomitas de maíz instantáneas; palomitas de maíz para microondas; palomitas de maíz recubiertas de chocolate; palomitas de maíz saladas; palomitas de maíz sazonadas; palomitas [popcorn]; pochoclos [palomitas]; pororós [palomitas].

Ref. Expediente N° SD2025/0101143

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

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

| Tipo       | Signo      | Titular                     | Expediente     | Niza | Clase | Trámite | Estado     | Vigencia     |
|------------|------------|-----------------------------|----------------|------|-------|---------|------------|--------------|
| Nominativa | Takis Popz | GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V. | SD2020/0053081 | 11   | 30    | Marca   | Registrada | 01 feb. 2031 |

Los signos a comparar son los siguientes:

<sup>2</sup> •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. (...)"

<sup>3</sup> 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° SD2025/0101143

| El signo solicitado                                                               | La marca registrada |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|  | TAKIS POPZ          |

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

*“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.*

Análisis comparativo

Es pertinente mencionar que esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos marcarios, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas las que usaría para pedir los productos solicitados o protegidos con éstos.

En efecto, esta Dirección encuentra que los signos POPZ BY NATIF / TAKIS POPZ, analizados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes ortográficas y fonéticas susceptibles de inducir en error al público consumidor.

Dicho esto, es posible determinar que el signo solicitado POPZ BY NATIF presenta similitudes ortográficas respecto de la marca previamente registrada TAKIS POPZ, en la

Ref. Expediente N° SD2025/0101143

medida en que ambos signos coinciden en el vocablo “POPZ”, el cual constituye el elemento central dentro de la estructura denominativa de las expresiones comparadas. En este sentido, aunque el signo solicitado incorpora elementos adicionales como “BY NATIF” dichas adiciones no son suficientes para desvirtuar las semejanzas existentes.

Ahora bien, desde el punto de vista fonético, al ser articuladas las denominaciones POPZ BY NATIF / TAKIS POPZ, se advierte que ambas expresiones generan un impacto sonoro similar en torno a los fonemas predominantes /popz/ correspondientes al término “POPZ”, el cual se mantiene como eje fonético común en las denominaciones comparadas, sin que los elementos adicionales que acompañan dicho vocablo resulten suficientes para diluir su parecido fonético.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**Clase 30:** Crispetas [palomitas]; palomitas; palomitas de maíz; palomitas de maíz acarameladas; palomitas de maíz aromatizadas; palomitas de maíz azucaradas; palomitas de maíz caramelizadas; palomitas de maíz cubiertas de caramelo; palomitas de maíz dulce; palomitas de maíz elaboradas; palomitas de maíz instantáneas; palomitas de maíz para microondas; palomitas de maíz recubiertas de chocolate; palomitas de maíz saladas; palomitas de maíz sazonadas; palomitas [popcorn]; pochoclos [palomitas]; pororós [palomitas].

El signo previamente registrado identifica:

### Expediente SD2020/0053081

**Clase 30:** Frituras de harina de maíz; frituras de harina de trigo; extruidos de harina de trigo; botanas hechas a base de harina de maíz y/o harina de trigo; frituras de harina de maíz y/o harina de trigo y/o extruidos de harina de trigo y/o botanas hechas a base de

<sup>4</sup> 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° SD2025/0101143

harina de maíz y/o harina de trigo con cubierta sabor chile y/o cubierta enchilada y/o picante y/o de distintos sabores; palomitas de maíz.

**Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 internacional – Criterio de identidad y razonabilidad**

Es importante precisar que los signos distintivos no identifican clases en abstracto, sino productos específicos, y que dentro de una misma clase pueden coexistir bienes agrupados principalmente por razones de finalidad general, más que por compartir características funcionales o técnicas particulares.

En el presente caso, se advierte que el signo solicitado pretende distinguir, entre otros, el producto “*palomitas de maíz*”, el cual se encuentra igualmente comprendido, en idéntica expresión, dentro de la cobertura del expediente traído a colación en la clase 30, configurándose así una coincidencia exacta entre las coberturas confrontadas.

De tal suerte que, frente a dicho producto idéntico, esta Dirección considera innecesario un examen más profundo para establecer que el signo solicitado pretende identificar el mismo producto previamente amparado por la marca registrada dentro de la clase 30 del nomenclátor internacional.

Ahora bien, respecto de los demás productos solicitados, tales como “*crispetas [palomitas]*”, “*palomitas*”, “*palomitas de maíz acarameladas*”, “*palomitas de maíz saladas*”, “*palomitas de maíz para microondas*” y demás variantes, en relación con productos como “*frituras de harina de maíz*”, “*extruidos de harina de trigo*” y “*botanas hechas a base de harina de maíz y/o harina de trigo*”, se observa que todos ellos pertenecen al mismo sector de alimentos tipo snack o pasabocas.

En ese orden de ideas, es posible que tales productos sean ofrecidos por un mismo empresario dentro de una misma estrategia comercial en la industria de alimentos procesados, compartiendo canales de comercialización como supermercados, grandes superficies y plataformas de venta, lo que puede generar en el consumidor la percepción de que provienen de un mismo origen empresarial.

Por consiguiente, atendiendo al criterio de razonabilidad respecto de los demás productos, se concluye que existe conexidad competitiva entre las coberturas enfrentadas, configurándose un riesgo de confusión o de asociación en el mercado.

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

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

Ref. Expediente N° SD2025/0101143

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca POPZ by Natif (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por ISSAVP GROUP S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

**ARTÍCULO TERCERO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 10 de abril de 2026



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

<sup>5</sup> **30:** Crispetas [palomitas]; palomitas; palomitas de maíz; palomitas de maíz acarameladas; palomitas de maíz aromatizadas; palomitas de maíz azucaradas; palomitas de maíz caramelizadas; palomitas de maíz cubiertas de caramelo; palomitas de maíz dulce; palomitas de maíz elaboradas; palomitas de maíz instantáneas; palomitas de maíz para microondas; palomitas de maíz recubiertas de chocolate; palomitas de maíz saladas; palomitas de maíz sazonadas; palomitas [popcorn]; pochoclos [palomitas]; pororós [palomitas].