

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 27621

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

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 12 de septiembre de 2025, la **COOPERATIVA DE GANADEROS Y AGRICULTORES DEL RISARALDA**, solicitó el registro de la marca **CODEGAR** (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1083 del 27 de octubre de 2025, la **COOPERATIVA LECHERA DE CORDOBA** presentó oposición contra la clase 35 internacional solicitada con fundamento en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“(…) 3. ARGUMENTOS DE LA OPOSICIÓN

3.1. Causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 El artículo 136 de esta decisión, señala que no podrán registrarse como marca aquellos signos cuyo uso se encuentren afectando el derecho de un tercero: “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.” De esta manera, procederemos a acreditar la similitud del signo solicitado a registro en relación con el signo distintivo de mi representada, así como la conexidad entre los servicios que identifican; circunstancias que determinarán la ineludible existencia de riesgo de confusión o de asociación.

3.1.1. Comparación de las marcas en conflicto En el presente caso nos encontramos ante el análisis de dos marcas mixtas, por lo que debemos determinar respecto de estas cuál de sus elementos prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, esto es, si el elemento denominativo o el gráfico.

Lo anterior, de acuerdo con el análisis realizado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, que establece:

“Al realizar la comparación entre signos mixtos y denominativos, se deberá identificar cuál es el elemento - denominativo o gráfico - más relevante, característico o determinante del signo mixto respectivo. (...) Si en el signo mixto respectivo predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con reglas indicadas en el párrafo 2.3. precedente.”² (Negrillas y subrayas fuera del texto)

(...) En conjunto, las coincidencias en la longitud, la estructura silábica, la disposición interna de vocales y el patrón repetitivo de consonantes permiten concluir que CODELAC y CODEGAR presentan una apariencia ortográfica

¹ 35: Comercialización de productos.

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

altamente semejante, generando una impresión de conjunto casi idéntica para el consumidor promedio.

En consecuencia, desde una perspectiva estrictamente ortográfica, la marca solicitada CODEGAR reproduce en gran medida la estructura de la marca previamente registrada por mi representada CODELAC, configurando un posible riesgo de confusión y/o asociación. Ante esta marcada similitud, el consumidor no contará con elementos suficientes para diferenciar una marca de la otra, lo que justifica plenamente que la autoridad niegue el registro del signo solicitado CODEGAR.

(...) Teniendo en cuenta que ambas marcas comparten una estructura muy parecida en cuanto a longitud, número de sílabas, vocales y consonantes, su pronunciación resulta prácticamente igual, generando en el consumidor la misma impresión auditiva al escucharlas.

CODEGAR / CODELAC / CODEGAR / CODELAC CODEGAR / CODELAC / CODEGAR / CODELAC CODEGAR / CODELAC CODEGAR / CODELAC / CODEGAR / CODELAC CODEGAR / CODELAC / CODEGAR / CODELAC

Desde el punto de vista fonético, los signos en conflicto CODEGAR y CODELAC presentan una coincidencia tan elevada que el consumidor promedio difícilmente podrá diferenciarlos al escucharlos en condiciones normales de mercado.

(...) En el plano conceptual, los signos en conflicto CODEGAR y CODELAC carecen de significado en el idioma castellano. Ambos son términos de fantasía, creados exclusivamente por el ingenio de su autor y sin un referente semántico propio. Por esta razón, ninguno de los signos genera en el consumidor una imagen mental particular, una idea diferenciadora o un concepto que permita distinguirlos entre sí.

Tal y como lo ha sostenido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el Proceso 23-IP-2022, “los signos de fantasía son producto del ingenio e imaginación de sus autores; consisten en vocablos que no tienen significado propio (...) Los signos de fantasía tienen generalmente un alto grado de distintividad y, por lo tanto, si son registrados poseen una mayor fuerza de oposición en relación con las marcas idénticas o semejantes”.

Bajo este criterio, cuando dos signos de fantasía presentan construcciones ortográficas y fonéticas casi idénticas como ocurre entre las marcas en conflicto CODEGAR y CODELAC, el consumidor no dispone de ningún elemento conceptual que permita diferenciarlos. Al no existir un significado propio para cada signo, la mente del consumidor no puede apoyarse en ideas o asociaciones distintas para separarlos; por el contrario, los percibe como parte de un mismo concepto o como variantes de una misma marca.

(...) La conexidad entre los servicios de la clase 35 amparados por las marcas en conflicto CODEGAR y CODELAC es innegable, lo cual, sumado a la similitud de los signos, justifica plenamente la negación del registro solicitado. Aunque ambos signos se encuentran dentro de la misma clase, es preciso demostrar que existe un vínculo funcional que incrementa el riesgo de confusión.

Bajo el criterio de la complementariedad, existe un vínculo muy estrecho y necesario entre los servicios. La publicidad, la gestión y administración comercial, y los trabajos de oficina (servicios de CODELAC) son etapas previas y absolutamente necesarias para llevar a cabo la comercialización de productos (servicio de CODEGAR). Una empresa que ofrece la venta y distribución de bienes (Comercialización) depende inherentemente de la gestión administrativa

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

y las estrategias de marketing y publicidad. Es decir, los servicios de CODELAC actúan como el soporte logístico y estratégico que alimenta la prestación del servicio de CODEGAR, lo cual genera una expectativa razonable en el consumidor de que ambos servicios son ofrecidos por el mismo proveedor especializado”.

Que dentro del término concedido para tal efecto, la **COOPERATIVA DE GANADEROS Y AGRICULTORES DEL RISARALDA**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(…) 2. FUNDAMENTOS DE LA RESPUESTA

El artículo 136 de la Decisión 486 establece que no podrán registrarse como marca aquellos signos que:

“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 sentido, para que se configure la causal de irregistrabilidad mencionada, se deben cumplir necesariamente dos presupuestos:

- Que la marca solicitada sea idéntica o similarmente confundible a un signo previamente solicitado o registrado por un tercero.*
- Que haya identidad o relación entre los productos y/o servicios que identifican los signos en conflicto.*

La ausencia de cualquiera de estos presupuestos debe llevar a declarar infundada la oposición.

Teniendo en cuenta lo anterior, se procede a comprobar que la marca solicitada no se encuentra incurso en esta causal de irregistrabilidad, fundamento de la oposición.

(…) 2.3 Análisis de los signos

2.3.1 Cotejo ortográfico

El Tribunal Andino de Justicia ha establecido que la diferencia ortográfica se refiere “a la semejanza de las letras de los signos en conflicto desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces, o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que el riesgo de confusión sea más palpable u obvio”.

En este sentido, la comparación ortográfica exige evaluar la estructura literal de las denominaciones, su longitud, composición silábica, y secuencia de letras o terminaciones. En el presente caso, las denominaciones en conflicto son CODEGAR y CODELAC. Si bien ambos signos comparten la secuencia inicial “CODE”, dicha coincidencia corresponde únicamente a un segmento parcial de la palabra, que pierde relevancia frente a las diferencias que presentan las terminaciones, las consonantes finales y la configuración general del conjunto marcario.

En primer lugar, la terminación de cada signo introduce un elemento distintivo claro y fácilmente perceptible. El signo solicitado finaliza en la secuencia “GAR”, mientras que la marca opositora concluye en “LAC”. Estas terminaciones no solo difieren completamente en su composición consonántica, sino que además

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

generan estructuras visuales diferentes dentro del conjunto de la palabra, produciendo configuraciones ortográficas claramente distinguibles.

En segundo lugar, las consonantes finales de cada signo refuerzan la diferenciación gráfica. El signo CODEGAR concluye con las consonantes “G” y “R”, que generan una forma visual abierta y angular dentro de la estructura de la palabra. Por el contrario, CODELAC finaliza con “L” y “C”, letras que producen una configuración distinta y que modifican de manera significativa la apariencia final del signo. En tercer lugar, la estructura silábica final de los signos también contribuye a su diferenciación ortográfica. Mientras el signo solicitado se articula como CO-DE-GAR, el signo opositor se compone como CO-DE-LAC, lo que implica que el segmento final de cada palabra presenta una configuración completamente distinta.

Adicionalmente, la percepción visual del conjunto marcario resulta claramente diferenciada. Aunque ambos signos comparten las vocales O–E–A, estas se integran dentro de estructuras consonánticas diferentes, lo que modifica sustancialmente la apariencia gráfica del signo completo.

Por lo tanto, la coincidencia parcial en la secuencia inicial “CODE” no resulta suficiente para generar similitud ortográfica relevante, pues dicha coincidencia queda ampliamente superada por las diferencias evidentes en las terminaciones, consonantes finales y estructura general de las denominaciones.

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 a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•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.

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

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 semejante.

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 confusión.

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 confusión.

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

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

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos 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° SD2025/0093175

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 respectivas.

Reglas del cotejo marcario

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 (…).”*

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 conceptual mencionados, teniendo en cuenta la naturaleza de los signos a confrontar.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Tipo	Estado	Vigencia
Marca	CODELAC	COOPERATIVA LECHER DE CORDOBA	11120501	9	35	Mixta	Registrada	9 mar. 2032

Los signos bajo estudio son los siguientes:



Ref. Expediente N° SD2025/0093175



La marca solicitada es de naturaleza mixta conformada por la expresión “**CODEGAR**”, acompañada de la imagen de la silueta de la cabeza de una vaca y dos pinos en color blanco y negro.



El signo opositor es de naturaleza mixta conformado por la expresión “**CODELAC**” en cuyo componente grafico presenta la imagen de la cabeza de una vaca dentro de unas circunferencias en colores blanco, azul y verde.

Jurisprudencia

Comparación entre marcas mixtas y nominativas

En el presente asunto se van a comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos.

A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

i. Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo, forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

ii. Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en las marcas previamente registradas 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.

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

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 signos⁴.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que, si bien los signos comparados comparten cierta semejanza al compartir algunas partículas “CODE” y “A”, analizándolos **en su conjunto tal y como debe realizarse su examen**, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Nótese que, por un lado, el signo solicitado en su expresión se compone de (C-O-D-E-G-A-R), mientras que el signo opositor se conforma de la expresión (C-O-D-E-L-A-C), siendo expresiones bastante diferenciables, pues el sonido e impresión ortográfica de “GAR” resulta distinta a la de “LAC” desde la perspectiva del consumidor.

Es decir, esta Dirección observa que las marcas analizadas no son confundibles indistintamente de que ambas coincidan en la partícula “CODE”, en efecto, al ser pronunciadas por el consumidor el sonido que producen no resulta similar, debido a que no presentan coincidencias en los sonidos que producen las partículas “GAR” y “LAC”.

Sumado a lo anterior, y contrario a lo propuesto en el escrito de oposición, esta Oficina no advierte semejanza en el concepto de los signos cotejados, pues se identifica que la expresión “CODEGAR” del signo solicitante y “CODELAC” del signo opositor, resultan ser de fantasía.

Así las cosas, teniendo en cuenta que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irreregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

⁴ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la **COOPERATIVA LECHERA DE CORDOBA**.

ARTÍCULO 2. Conceder el registro de la marca **CODEGAR** (mixta).



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

35: Comercialización de productos.

De la Clasificación Internacional de Niza, Edición N°12.

Titular: **COOPERATIVA DE GANADEROS Y AGRICULTORES DEL RISARALDA**
CR 7 43 224 LC 4 TURIN
PEREIRA RISARALDA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3. Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4. Notificar a la **COOPERATIVA DE GANADEROS Y AGRICULTORES DEL RISARALDA**, solicitante del registro y a la **COOPERATIVA LECHERA DE CORDOBA**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, 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 5. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 21 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

Ref. Expediente N° SD2025/0093175

