

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 27635

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

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 25 de septiembre de 2025, **POLYAROMAS S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **POLYAROMAS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 1, 2 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1082, **YOREIMA KATHERINE GALVÁN PEÑARANDA** presentó oposición frente a la clase 30, con fundamento en: Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

(...) • En el caso de la marca solicitada, POLYAROMAS, mixta, clase 30, es claro que el elemento preponderante es el nominativo porque su componente gráfico simplemente se limita a ilustrar su denominación.

(...) • En lo que respecta a las marcas opositoras POLLY, mixtas, clase 30, ocurre un fenómeno similar en tanto la parte gráfica ilustra la denominación de la que se compone este signo.

• La marca POLLY, nominativa, se compone únicamente de su denominación.

(...) 2.1.2. COMPOSICIÓN DE LA MARCA SOLICITADA

La marca solicitada se compone de las expresiones POLY + AROMAS.

Debido a la naturaleza de los productos reivindicados en la solicitud de registro (clase 30), la expresión AROMAS no resulta ser distintiva y, por tanto, bien puede excluirse del examen comparativo.

(...) La palabra AROMAS, en el ámbito de los productos alimenticios, no es una expresión distintiva porque corresponde a una característica relevante de ese tipo de productos.

De acuerdo con lo indicado por el Consejo de Estado, la expresión AROMAS debe excluirse de este examen.

(...) 2.1.3. SIMILITUDES ORTOGRÁFICAS

Existen similitudes ortográficas entre los signos en conflicto porque tienen una similar 'configuración', es decir que resulta similar: "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..." 4.

(...) Los signos en conflicto comparten características esenciales como la

¹ 1: Extractos vegetales para la industria alimentaria.
2: Colorantes de alimentos.
30: Saborizantes de alimentos; Edulcorantes naturales.

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

inclusión de determinadas letras y/o consonantes, que al ser combinadas producen una impresión similar a los consumidores.

Del mismo modo, hay que subrayar que el margen de semejanzas entre las marcas supera sus diferencias, lo cual a su vez supone que es mucho más probable que las marcas sean confundidas por el consumidor a que sean perfectamente diferenciables para este, lo cual prueba que se configura la causal de irregistrabilidad bajo análisis.

(...) Los signos objeto de comparación, se pronuncian así:

POLYAROMAS – POLLY - POLYAROMAS – POLLY

POLYAROMAS – POLLY - POLYAROMAS – POLLY

POLYAROMAS – POLLY - POLYAROMAS – POLLY

De acuerdo con lo anterior, en este caso hay similitudes capaces de generar confusión porque la parte inicial de la marca solicitada, que además es la más relevante⁸, reproduce en su totalidad a la marca registrada.

El sonido de la primera parte de la marca solicitada es sustancialmente similar al de la marca registrada porque emplea las mismas consonantes y vocales, en el mismo orden.

Las coincidencias indicadas son objetivamente idóneas como para generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.

(...) En efecto, si se analiza el caso de acuerdo con el criterio, conocimiento y percepción del consumidor medio, parece que a la marca registrada POLLY se le estuviera agregando un término genérico para indicar que se trata de una nueva línea de productos.

Teniendo en cuenta que la marca registrada es de fantasía, no existe ninguna justificación que permita al solicitante valerse de una expresión tan similar –casi idéntica- a la marca de mi representada para identificar productos conexos.

El consumidor medio de los productos identificados por las marcas considerará equivocadamente que el concepto emanado por uno y otro signo es el mismo, o bien, que los conceptos emanados por las marcas fueron diseñados para identificar productos o servicios con el mismo origen empresarial.

(...) En estas circunstancias no hace falta un gran esfuerzo para entender que se cumplen los criterios sustanciales fijados por la jurisprudencia para evaluar la conexión competitiva (intercambiabilidad, complementariedad y razonabilidad¹²).

Adicionalmente, necesariamente se cumplen también los demás criterios de conexión¹³ definidos por la jurisprudencia y ampliamente conocidos por el Despacho.

Ciertamente, independientemente de que la oposición se radique contra la solicitud de registro en la clase 30, lo cierto es que las mismas circunstancias que fundamentan esta acción deberían permitir al Despacho negar de oficio el registro pretendido en las clases 1 y 2.

Que dentro del término concedido para tal efecto, **POLYAROMAS S.A.S.**, dio respuesta

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

a la oposición argumentando:

(...) La visión en conjunto y real de los signos deberá ser la adoptada por el operador jurídico del caso, quien debe propender por ofrecer una real protección a los consumidores y al titular de un registro marcario, sin que dicha prerrogativa conceda a éste último, sustento para extralimitarse en el ejercicio del ius prohibendi, quien no puede tratar de demostrar confundibilidad entre dos signos mediante elucubradas o exageradas maniobras, o indebidos análisis.

(...) La marca solicitada se compone de 1 expresión, “POLYAROMAS”, compuesta por un diseño limpio, moderno y con una clara inclinación hacia lo natural o ecológico.

La expresión se encuentra escrita en un tipo de letra distintivo en color azul, en donde la letra “O” resalta al estar en color amarillo, acompañada de un diseño verde que representa una hoja en la parte inferior.

Las marcas opositoras se componen de la expresión “POLLY”. Acompañada de diseños distintivos en color rojo con un fondo verde, acompañados de un plato y unas espigas.

El opositor asegura en el escrito de oposición que POLYAROMAS y POLLY tienen una similitud ortográfica capaz de generar un riesgo de confusión en el consumidor. Esto no es cierto, pues no existe una reproducción de la marca POLLY (Mixta) por parte del signo solicitado por mi representada. Pues lo cierto es que las marcas POLYAROMAS y POLLY solamente comparten la raíz POL, diferenciándose completamente en 6 letras adicionales”.

Como se deriva del anterior análisis, la marca opositora tiene una terminación completamente diferente a la de la marca solicitada, generando una impresión visual diferente. De este modo, la marca previamente registrada contiene elementos gramaticales adicionales que la dotan de distintividad, y logran diferenciarla por completo de la marca solicitada por mi cliente.

La impresión que se obtiene de las marcas al ser observadas de manera sucesiva nos permite concluir que las marcas no son confundibles desde el punto de vista visual y fonético ya que el impacto que genera cada una es diferente. Al respecto llamamos la atención de su Despacho en los siguientes aspectos relevantes:

RAÍZ	BOI	BOI
CRITERIO	Marca solicitada	Marca opositora
Secuencia vocálica	O-I-A-O-A	O-I
Terminación	AROMAS	LY

De esta forma queda corroborado que los signos cuentan con una composición diferente en cuanto a sus elementos, por cuanto la marca solicitada añade suficientes elementos adicionales que le otorgan la distintividad adecuada para ser registrada como marca, la combinación de estos elementos al ser apreciados en su conjunto produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0098665

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 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

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.

•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° SD2025/0098665

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.

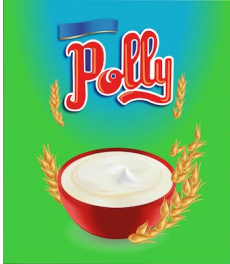
Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	POLLY	Yoreima Katherine Galván Peñaranda	SD2025/0011615	12	5, 29, 30	Marca	Registrada	24 sept. 2035
Mixta	POLLY	Yoreima Katherine Galván Peñaranda	SD2022/0096153	11	5, 30	Marca	Registrada	27 jun. 2033
Nominativa	POLLY	Yoreima Katherine Galván Peñaranda	SD2021/0117706	11	5, 30	Marca	Registrada	03 jun. 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Los signos opositores
	 POLLY

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En el análisis comparativo de marcas mixtas, como las antes vistas, es necesario tener en cuenta que ellos se componen de un elemento denominativo y otro gráfico lo que, por ende, sugiere que deberá establecerse cuál de estos dos elementos es el predominante.

“Aunque el elemento denominativo del signo mixto suele ser el preponderante, dado que las palabras impactan más en la mente del consumidor, también puede suceder que el elemento predominante no sea éste sino el elemento gráfico, ya sea que, por



Ref. Expediente N° SD2025/0098665

su tamaño, color, diseño y otras características puedan causar un mayor impacto en el consumidor, de acuerdo con las particularidades de cada caso.”⁴

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 (...).”⁵*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁶ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación predomina el elemento denominativo, 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.

⁴ TJCA, Proceso N° 49-IP-2016

⁵ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁶ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

- 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.**⁷

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos 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:⁸

- 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.

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 (...).*

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁸ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

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 (...)*⁹

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas¹⁰ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación 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

El signo solicitado a registro se encuentra conformado por la expresión **POLYAROMAS**, escrito en una tipografía estilizada, con una línea en forma de hoja bajo las letras **ROM**. La vocal **O** presenta un color diferente.

Por su parte, las marcas opositoras son de naturaleza mixta y nominativa, todas ellas conformadas por la expresión **POLLY**. Las mixtas en tipografía cursiva, con trazos gruesos y redondeados en estilo globo, con efecto de sombra o doble contorno. Una de ellas simplemente se ubica en un recuadro, mientras que la otra esta acompañada de un tazón con un líquido, y en la parte externa acompañado de unas espigas.

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten algunas letras, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos particulares que generan que al ser percibidos,

⁹ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

¹⁰ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

¹¹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

El signo solicitado a registro contiene la expresión POLYAROMAS, la cual se encuentra conformada por diez letras, tiene cinco consonantes y cinco vocales, (entendiendo que la letra Y ocupa el lugar de la vocal I), por ende, presenta una mayor extensión que la expresión POLLY que conforma a las marcas opositoras, la cual se encuentra conformada por cinco letras, tres consonantes y dos vocales, (con la misma precisión realizada anteriormente). De manera que su estructura gramatical resulta diversa y de fácil diferenciación.

En consecuencia, los signos confrontados presentan distintas cadenas vocálicas y consonánticas que hacen que se emita una impresión en conjunto diferente. Así, la coincidencia en una partícula no puede ser precepto de negación de los signos, comoquiera que las demás sílabas que los conforman permiten su diferenciación.

Aunado a lo anterior, esta diferencia ortográfica genera disimilitudes en el campo sonoro, en la medida en que el signo solicitado se pronuncia en cinco sílabas, mientras que los signos opositores se pronuncian tan solo en dos sílabas. Cabe precisar que la única semejanza existente entre los signos cotejados recae en la sílaba inicial PO, dado que las sílabas siguientes LY / LLY, se pronuncian de manera diversa, dado que el sonido que representa la letra L resulta distinto al que proporcionan las letras LL, que es más fuerte.

Por consiguiente, al ser pronunciadas por el consumidor, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no presentan coincidencias vocálicas: O-Y-A-O-A vs O-Y, así como tampoco comparten la mayoría de sus letras, ni su extensión.

Finalmente, si bien el elemento gráfico no es el sobresaliente en sus conjuntos, la diferencia entre ellos refuerza la idea expuesta anteriormente según la cual los signos cotejados no presentan semejanzas susceptibles de generar riesgo de confusión.

En consecuencia, esta Dirección observa que si bien se presentan algunas coincidencias puntuales en sus letras, dicha coincidencia se ve diluida al analizar cada signo en su integridad. En efecto, como se ha mencionado, el signo solicitado en registro presenta una composición silábica superior, que la hace más extensa y le confiere una pronunciación diferente, permitiendo la diferenciación gramatical y fonética de los signos. Es decir, si bien el signo solicitado reproduce parcialmente al signo registrado, en su visión de conjunto no resultan confundible en la medida en que presentan elementos adicionales nominativos y gráficos que permiten su individualización; lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto.

Según las consideraciones antes expuestas, aunque los signos confrontados coinciden en algunas de sus letras, los elementos adicionales nominativos y gráficos que presentan, permiten su individualización, por lo que el uso del signo pretendido no es susceptible de acarrear riesgo de confusión en el mercado.

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 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.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por **YOREIMA KATHERINE GALVÁN PEÑARANDA**, frente a la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **POLYAROMAS** (Mixta).



Reivindicación de colores:

Azul
Amarillo
Verde

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

1: Extractos vegetales para la industria alimentaria.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: POLYAROMAS S.A.S.
Calle 75 # 27-27
BOGOTÁ D.C.
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 3: Conceder el registro de la Marca **POLYAROMAS** (Mixta).



Reivindicación de colores:

Azul
Amarillo
Verde

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

2: Colorantes de alimentos.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Ref. Expediente N° SD2025/0098665

Titular: POLYAROMAS S.A.S.
Calle 75 # 27-27
BOGOTÁ D.C.
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 4: Conceder el registro de la Marca **POLYAROMAS** (Mixta).



Reivindicación de colores:

Azul
Amarillo
Verde

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

30: Saborizantes de alimentos; Edulcorantes naturales.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: POLYAROMAS S.A.S.
Calle 75 # 27-27
BOGOTÁ D.C.
COLOMBIA

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

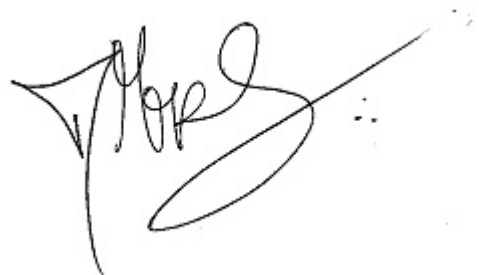
ARTÍCULO 5: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 6: Notificar a **POLYAROMAS S.A.S.**, solicitante del registro y a **YOREIMA KATHERINE GALVÁN PEÑARANDA** opositor, 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 7: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0098665

**DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

