

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 28737

Ref. Expediente N° SD2025/0090789

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 17 de septiembre de 2025, OSCAR MAURICIO TRIVIÑO PRIETO, solicitó el registro de la Marca **OSCAR TRIVIÑO LA MECA SINCE 2010** (Mixta) para distinguir productos y comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, 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 el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0090789

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 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

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	MECA CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO	CORPORACIÓN CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO MECA	SD2022/0115007	11	35, 39, 41, 43	Marca	Registrada	05/07/2033
Mixta	La Meca	AGRICOLA GANADERA JARAMILLO OROZCO S. A. S	15063506	10	29	Marca	Registrada	28/03/2026

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0090789

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 

Jurisprudencia

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

“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

En el caso que nos ocupa, le corresponde a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“OSCAR TRIVIÑO LA MECA SINCE 2010”** se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

En el caso objeto de estudio, se evidencia confundibilidad ortográfica entre el signo solicitado **OSCAR TRIVIÑO LA MECA SINCE 2010** y el antecedente **CORPORACIÓN CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO MECA**, derivada de la correspondencia en el núcleo ortográfico **“MECA”**, lo cual se aprecia en la composición bisilábica similar, disposición de las consonantes **M,C** que junto a las vocales **E- A** configuran la dimensión ortográfica común que impacta de manera inmediata en la mente del consumidor y lo conduce a no individualizar con claridad el signo solicitado, o lo conlleva a considerarlo como una variante del antecedente.

De otro lado, se evidencia confundibilidad ortográfica entre el signo solicitado **“OSCAR TRIVIÑO LA MECA SINCE 2010”** y el antecedente **“LA MECA”**, derivada del núcleo ortográfico común **“LA MECA”**, el cual se encuentra estructurado con similar número de caracteres. En efecto, la coincidencia se evidencia en su conformación gramatical,



Ref. Expediente N° SD2025/0090789

integrada por las consonantes **M, C** junto con las vocales **E, A**, y la extensión equivalente, proyectan la dimensión característica que impacta de manera inmediata en la mente del consumidor y lo conduce a considerar el signo solicitado como una variante del antecedente.

Adicionalmente, la incorporación de elementos gráficos en el signo solicitado, consistentes en un diseño común con segmentación de imagen y denominación que incluye el núcleo coincidente, junto con la reivindicación de colores, no resulta suficiente para sustentar su diferenciación frente al signo que goza de protección marcaria. Por el contrario, dichas características refuerzan las similitudes previamente señaladas y podrían llevar al consumidor promedio a pensar equivocadamente que se encuentra ante una variación gráfica de los signos protegidos.

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 y servicios 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 y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2022/0115007 clase 43: Hospedaje temporal; reserva y alquiler de alojamiento temporal; información y asesoramiento en materia de preparación de comidas; servicios de agencias de alojamiento [hoteles, pensiones]; servicios de bar; servicios de restaurantes; servicios de catering; servicios de bebidas y comidas preparadas.

Expediente 15063506 clase 29: carnes, extractos de carne, gelatinas pe carne, carne en conserva, carne enlatada, cecina, encurtidos, filetes, grasas comestibles, patés, huevos, productos lácteos, suero de leche, leche, manteca, mantequilla, margarina, quesos, salchichas, salchichones.

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0090789

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 del signo solicitado y los productos de la clase 29 del antecedente (Principio de Razonabilidad)

Al verificar las coberturas relacionadas, se advierte la existencia de conexidad competitiva bajo el Principio de Razonabilidad entre los productos de la clase 30 del signo solicitado, consistentes en café, té, cacao y sucedáneos del café, y los productos amparados por el signo antecedente, a saber, carnes, extractos de carne, gelatinas, carnes en conserva y enlatadas, cecina, encurtidos, filetes, grasas comestibles, patés, huevos, productos lácteos, suero de leche, leche, manteca, mantequilla, margarina, quesos, salchichas y salchichones. Al respecto, es posible establecer que ambas coberturas se inscriben dentro de la industria alimentaria, formando incluso parte de la canasta básica del consumidor, en la medida en que comprenden productos destinados a la alimentación y nutrición, los cuales comparten una finalidad común orientada a satisfacer necesidades básicas de consumo.

Aunado a lo anterior, se observa que ambas coberturas de productos coinciden en canales de comercialización, tales como supermercados, tiendas de cadena, plazas de mercado y plataformas de comercio electrónico, lo que refuerza la expectativa razonable en el consumidor de que provienen de un mismo origen empresarial. En consecuencia, esta convergencia en el mercado puede dar lugar a un riesgo de asociación errónea.

Finalmente, teniendo en cuenta la gran similitud de los signos, resulta pertinente aplicar lo estipulado por la teoría de la interdependencia, la cual ha sido reconocida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, afirmando que:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados (STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd)” (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. 2004. Interpretación Prejudicial 135-IP-2004)”

En efecto, al dar aplicación a la teoría mencionada, que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y servicios que distinguen, el análisis comparativo de estos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los bienes y prestaciones que los identifican, lo cual no se da en el presente caso pues comparten una misma industria y van dirigidos a un mismo consumidor.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 del signo solicitado y los servicios de la clase 43 del antecedente (Principio de Razonabilidad)

En este caso se evidencia conexión competitiva bajo el Principio de Razonabilidad, entre los productos que el signo solicitado pretende distinguir en la clase 30, consistentes en café, té, cacao y sucedáneos del café, con los servicios de la clase 43 identificados por el signo previamente registrado; en la medida en que los productos constituyen insumos esenciales y de uso habitual en la prestación de servicios de restauración, cafetería, bar, catering y servicios de bebidas. En efecto, ambas coberturas se circunscriben en la

Resolución N° 28737

Ref. Expediente N° SD2025/0090789

industria de alimentos y bebidas, particularmente el sector gastronómico y de servicios de consumo de bebidas.

Colorario a lo anterior, se evidencia que las coberturas analizadas comparten la finalidad común orientada al consumo alimentario y la satisfacción de necesidades de alimentación y bebida del consumidor.

Asimismo, es razonable que un mismo agente económico participe tanto en la producción o comercialización de café, té o cacao, como en la prestación de servicios de servicios bebidas, especialmente en el contexto de cafeterías, cadenas de restaurantes o marcas que integran verticalmente su actividad. Bajo esta lógica, el consumidor medio puede esperar que los productos y servicios en cuestión provengan de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, lo que configura una conexión competitiva y refuerza la posibilidad de asociación errónea 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,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca OSCAR TRIVIÑO LA MECA SINCE 2010 (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por OSCAR MAURICIO TRIVIÑO PRIETO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a OSCAR MAURICIO TRIVIÑO PRIETO, 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 21 de abril de 2026

⁵ 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café.

Ref. Expediente N° SD2025/0090789



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS