

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29571

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

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 27 de noviembre de 2025, la sociedad **IMPORTADORA AGRIKOL S.A.S.**, solicitó el registro de la marca **AGRIKOL** (mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 7 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1087 del 9 de diciembre de 2025, la sociedad **AGRIFOL S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“En conclusión, las múltiples semejanzas ortográficas evidenciadas entre “AGRIFOL” y “AGRIKOL” permiten afirmar, sin margen razonable de duda, que la solicitud de registro del signo “AGRIKOL” reproduce estructuras esenciales de los signos previamente registrados “AGRIFOL” y genera una identidad sustancial en la percepción visual global del consumidor. La coincidencia en la secuencia consonántica, la invariabilidad vocálica, la raíz compartida y la longitud prácticamente idéntica de ambos signos no solo hacen que el impacto gráfico sea equiparable, sino que incrementan de manera significativa la posibilidad de que el consumidor medio atribuya un origen empresarial común, una extensión de línea o una simple variación gráfica del mismo titular.

Este nivel de coincidencia estructural encaja plenamente en el riesgo de confusión directa y de asociación previsto en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, pues el signo solicitado a registro “AGRIKOL” se acerca peligrosamente al núcleo distintivo de las marcas registradas por mi representada “AGRIFOL”, afectando su función esencial como indicador de origen y debilitando su capacidad de individualización en el mercado. Permitir la coexistencia de signos con tal grado de paralelismo ortográfico desnaturaliza el sistema marcario y desconoce el estándar fijado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

Por lo tanto, la estructura ortográfica altamente convergente, la impresión de conjunto semejante conducen a la conclusión que el signo “AGRIKOL” no puede acceder al registro por encontrarse incurso en una causal objetiva de irregistrabilidad, pues interfiere directamente con los derechos previamente adquiridos por el titular de las marcas “AGRIFOL” y resulta incompatible con el principio de especialidad y la función distintiva del sistema marcario andino.

(...)

En conclusión, las coincidencias fonéticas entre “AGRIFOL” y “AGRIKOL” no son accesorias ni menores, sino que afectan de manera directa la percepción auditiva del

¹ 7: Guadañadoras; pulverizadores de jardín [máquinas] para insecticidas; pulverizadores de motor; cabezales de corte para desbrozadoras; desbrozadoras [máquinas]; máquinas desbrozadoras; anillos de pistón [partes de motores de combustión interna]; arranques para motores; bobinas de encendido [partes de motores]; bombas de agua para motores y propulsores; bombas de combustible a motor; bujías de encendido para motores; bujías de encendido para motores de combustión interna; cilindros de motor; filtros de aire para motores; filtros de combustible [partes de motores]; motores de soplado; motores de soplado de combustión interna; pulverizadores motorizados; sierras a motor; sierras motorizadas.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

consumidor medio, quien recibe ambas expresiones con un ritmo idéntico, una cadencia equivalente y una sonoridad prácticamente uniforme debido a la repetición de la misma estructura silábica “AGRI–OL”. La única variación interna, derivada del sonido fricativo de la consonante intermedia, no posee la fuerza suficiente para generar una ruptura perceptible, pues la impresión auditiva global permanece invariable y conduce a que el receptor atribuya un mismo origen empresarial, una línea de productos relacionada o una simple versión alternativa del mismo signo distintivo.

Este grado de similitud sonora, sumado a que el consumidor no realiza un examen minucioso sino que actúa guiado por la memoria fonética inmediata, sitúa a “AGRIKOL” dentro de la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136, al replicar el armazón fonético esencial de las marcas previamente registradas “AGRIFOL” e impide que ambos signos puedan coexistir sin generar confusión directa o asociación indebida. La reproducción del mismo patrón fonético constituye una afectación sustancial a la función distintiva de las marcas registradas.

(...)

Teniendo en cuenta lo anterior, no cabe duda de que un consumidor medio, al observar una marca como “AGRIKOL” para identificar productos de la clase 7, podría pensar que:

i) se trata de las mismas marcas que ya conoce (“AGRIFOL”); o,

ii) que el signo “AGRIKOL” (mixta) en clase 7 y las marcas “AGRIFOL” provienen del mismo origen empresarial, a saber: AGRIFOL S.A.S. En conclusión, desde la perspectiva conceptual, la marca solicitada a registro “AGRIKOL” reproduce íntegramente la misma evocación abstracta y el mismo carácter de fantasía que caracteriza a las marcas previamente registradas “AGRIFOL”, de modo que ambas expresiones carecen de un significado propio que permita al consumidor establecer una diferenciación real o sustancial en el plano ideológico. La ausencia de un concepto autónomo para cada signo, unida a la construcción lingüística paralela que comparten, genera que el consumidor medio atribuya a “AGRIKOL” una procedencia empresarial vinculada a “AGRIFOL” o, en el mejor de los casos, perciba el nuevo signo como una extensión, variación o adaptación de la marca preexistente. Este fenómeno se ve reforzado por el hecho de que, tratándose de signos de fantasía, la mente del consumidor completa intuitivamente el vacío semántico a partir de la impresión general que recibe, lo que conduce a que ambos signos converjan en un mismo concepto difuso e intercambiable. Bajo esta lógica, el riesgo de confusión y de asociación es evidente que, la marca pretendida “AGRIKOL” no solo se aproxima ortográfica y fonéticamente a las marcas registradas “AGRIFOL”, sino que ingresa al mismo espacio ideológico sin aportar un significado diferenciador, afectando de manera directa la función distintiva de la marca oponente y vulnerando la protección que otorga el sistema marcario.

(...)

Teniendo en cuenta lo citado, pasaremos a demostrar la existencia de conexidad competitiva entre los productos en controversia pese a demostrar que cumplen con el primer criterio de confundibilidad, pues existe similitud ortográfica, fonética visual entre los signos “AGRIFOL” y “AGRIKOL” por lo que no tendría objeto ahondar en el análisis de conexidad competitiva; no obstante, tenemos consideraciones particulares que mencionaremos a continuación.

En el caso concreto, la marca pretendida “AGRIKOL” busca identificar maquinaria agrícola, implementos motorizados, piezas para motores y equipos destinados a labores de desbroce, pulverización, corte y mantenimiento de cultivos (clase 7). Por su parte, las marcas previamente registradas “AGRIFOL” identifican productos

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

químicos para la agricultura y la horticultura (clase 1) y productos agrícolas en bruto, semillas, plantas, forraje y productos alimenticios para animales (clase 31). Este solo punto permite advertir que la naturaleza económica de los productos confrontados corresponde a un mismo sector productivo: la cadena agrícola, donde los insumos químicos, las semillas y la maquinaria operan integrados como parte del proceso productivo del campo.

Bajo el criterio de complementariedad, la conexidad es evidente, pues los productos de la clase 1 y 31 requieren de maquinaria específica para su aplicación, manejo, procesamiento o mantenimiento. Los pulverizadores motorizados, desbrozadoras y sierras de la marca pretendida “AGRIKOL” son instrumentos comúnmente utilizados para aplicar fertilizantes, herbicidas, fungicidas o insecticidas amparados por las marcas registradas “AGRIFOL”, o para realizar las labores de manejo, preparación y mantenimiento de los cultivos de los cuales provienen los productos agrícolas protegidos por la marca de mi representada. Esta relación funcional hace que los productos se perciban como elementos del mismo proceso productivo, que pueden provenir o ser ofrecidos por un mismo empresario o grupo empresarial.

(...)

Sin perjuicio de lo anterior, resulta jurídicamente imprescindible analizar de manera específica la incidencia de la clase 35 en el presente caso. Las marcas previamente registradas ‘AGRIFOL’ cuentan con protección expresa en dicha clase para servicios de publicidad, gestión de negocios comerciales y administración comercial, lo cual implica la protección del vínculo entre la marca y la forma como los productos del sector agroindustrial son posicionados, promovidos y ofrecidos en el mercado.

En el sector agrícola, la maquinaria, los insumos químicos, las semillas y los productos agropecuarios no se comercializan de manera aislada, sino a través de estrategias integrales de marketing, promoción y distribución que incluyen ferias, exposiciones, vitrinas comerciales, ruedas de negocios, eventos sectoriales, puntos de venta especializados y campañas publicitarias dirigidas al mismo público objetivo. Precisamente, estos escenarios de promoción y comercialización son los que quedan amparados por la clase 35.

Desde la perspectiva del consumidor y del distribuidor del sector agropecuario, es absolutamente razonable que una misma marca identifique tanto los productos agrícolas como los equipos y maquinaria que permiten su aplicación, procesamiento o explotación, especialmente cuando estos bienes son ofrecidos y promovidos conjuntamente en los mismos espacios comerciales y bajo las mismas estrategias de publicidad y gestión de negocios.

En este contexto, la coexistencia del signo ‘AGRIKOL’ para maquinaria agrícola en la clase 7 junto a la marca ‘AGRIFOL’ protegida en la clase 35 para la comercialización y promoción de productos del agro genera un riesgo evidente de asociación empresarial, pues el público asumirá que se trata de líneas, divisiones o extensiones comerciales de un mismo operador económico, reforzando la conexidad competitiva desde el criterio de razonabilidad desarrollado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina”.

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **IMPORTADORA AGRIKOL S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“En consecuencia, la coincidencia en la raíz AGRI no es, por sí sola, determinante de confundibilidad. El cotejo marcario debe centrarse en los elementos verdaderamente distintivos de cada signo, que son sus terminaciones KOL y FOL, las cuales son claramente diferentes.

Esta posición es consistente con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

Comunidad Andina, que ha establecido que cuando un signo contiene elementos de uso común, la protección marcaría se deriva de los elementos adicionales que resultan ser aquellos que realmente son distintivos y, por tanto, la comparación con otros signos debe centrarse en estos últimos.

Así pues, al realizar el cotejo marcario de los signos en conflicto, tenemos que resultan ser perfectamente diferenciables entre sí.

(...)

Si bien ambos signos comparten la raíz AGRI — prefijo de uso común en el sector agropecuario —, la diferencia esencial radica en sus terminaciones: KOL - FOL. Estas diferencias son suficientes para descartar cualquier riesgo de confusión y/o asociación que pueda presentarse en los consumidores.

Diferencia ortográfica

La terminación KOL contiene la letra K, elemento gráfico de alta carga visual, completamente ausente en AGRIFOL. La presencia de la K le otorga a AGRIKOL una fisonomía visual propia y diferenciada. El consumidor medio, habituado al alfabeto castellano, percibe la K como un elemento de impacto visual superior al de una letra convencional, lo que individualiza el signo de manera clara frente a AGRIFOL.

(...)

En el plano sonoro, la sustitución de la consonante F por la consonante K, genera una percepción auditiva distinta entre AGRIKOL y AGRIFOL. Tratándose de términos cortos, cada consonante tiene mayor peso relativo en la cadencia sonora, lo que permite al consumidor individualizar el signo con claridad.

Diferencia conceptual

Ambas marcas son expresiones de fantasía sin significado propio en castellano. Lo relevante es que AGRIKOL y AGRIFOL constituyen unidades conceptuales autónomas, con terminaciones distintas que impiden su intercambiabilidad en la mente del consumidor.

(...)

De esta manera, señalar que las marcas en conflicto identifican productos/servicios estrechamente relacionados por el solo hecho de que los productos que identifican la marca opositora se siembra, crece y con los productos que identificaría la marca de mi representada se podaría, o se cortaría, es no solo darle una ampliación bastante extensa al criterio de complementariedad que ha desarrollado el TJCA sino también, otorgarle una aplicación inequívoca del mismo pues, la compra de una semilla o un fertilizante, no envuelve la compra de una guadaña o alguna maquinaria para cortar o podar.

Así pues, tenemos que n contraste con los productos que identifica la marca opositora, la marca AGRIKOL identifica exclusivamente productos de la clase 7: maquinaria agrícola motorizada, tales como guadañadoras, desbrozadoras, pulverizadores de motor, sierras motorizadas y partes de motores.

La naturaleza de los productos confrontados es esencialmente diferente: la clase 7 comprende maquinaria y equipos motorizados, mientras que las clases 1, 5 y 31 amparan insumos químicos y productos agrícolas en bruto, semillas y fertilizante. Se trata de categorías industriales completamente separadas, producidas por empresas distintas, adquiridas bajo criterios de compra diferentes y reguladas por normativas

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

sectoriales independientes.

Diferente público objetivo y proceso de decisión de compra

El consumidor de maquinaria agrícola motorizada (clase 7) es fundamentalmente un técnico, mecánico agrícola, distribuidor de equipos o empresario del sector que toma su decisión de compra con base en criterios técnicos: potencia, marca del motor, disponibilidad de repuestos, garantía y servicio técnico. Este perfil de consumidor es radicalmente distinto del agricultor, agrónomo o distribuidor de agroquímicos que adquiere herbicidas, fungicidas o fertilizantes de las clases 1 y 5, cuya decisión se basa en criterios agronómicos como composición química, eficacia sobre una plaga o cultivo específico, y dosificación.

Esta diferencia en el perfil del consumidor es determinante para descartar el riesgo de confusión: el comprador especializado de maquinaria difícilmente confundirá su proveedor habitual de desbrozadoras con un comercializador de herbicidas o semillas.

Canales de venta separados

Los productos de la clase 7 se comercializan a través de canales especializados en maquinaria e implementos agrícolas: ferreterías agroindustriales, distribuidores importadores de equipos, talleres de servicio técnico y plataformas especializadas en equipos de motor. Por su parte, los productos de las clases 1, 5 y 31 se comercializan a través de almacenes de agroinsumos, cooperativas agrícolas, droguerías veterinarias y distribuidores de semillas. Estos canales son distintos, atienden a públicos diferentes y no generan puntos de contacto que puedan inducir a confusión entre los signos.

Publicidad diferenciada

La publicidad y promoción de la maquinaria agrícola motorizada se realiza a través de ferias de maquinaria, revistas técnicas de motores y equipos, catálogos de repuestos y plataformas de comercio especializado en implementos mecánicos. En contraste, los insumos agroquímicos, semillas y productos agrícolas son promovidos en ferias agrícolas de carácter agronómico, publicaciones del sector fitosanitario y campañas dirigidas a productores del campo. Cada línea de productos tiene su propio ecosistema publicitario, sin puntos de convergencia que puedan generar confusión en el consumidor.

(...)

Inaplicabilidad del criterio de complementariedad

El opositor sostiene que existe conexidad por complementariedad, al afirmar que la maquinaria agrícola es utilizada para aplicar los insumos que identifica con sus marcas. Sin embargo, el criterio de complementariedad en materia marcaria exige una relación funcional directa y necesaria entre los productos, en la que el uso del uno implique necesariamente el uso del otro. Tal relación no existe en este caso: una desbrozadora o una sierra motorizada no es un instrumento específicamente diseñado para aplicar herbicidas o fertilizantes, ni viceversa. El uso ocasional de maquinaria en actividades del campo no convierte a todos los productos del sector agrícola en conexos para efectos marcarios.

De aceptarse la tesis del opositor, cualquier producto o servicio vinculado remotamente al sector agropecuario quedaría en conexidad permanente con cualquier otro del mismo sector, lo que desnaturalizaría el sistema de clases y haría imposible la coexistencia de marcas en toda la cadena agroindustrial.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

3.3. AGRIKOL y AGRIFOL pueden coexistir pacíficamente en el mercado

En síntesis, las marcas AGRIKOL y AGRIFOL pueden coexistir sin generar confusión ni asociación indebida en el consumidor, por las siguientes razones:

- *Signos distinguibles: Las terminaciones KOL y FOL generan diferencias ortográficas, fonéticas y conceptuales perceptibles para el consumidor medio.*
- *Raíz de uso común: La partícula AGRI no es monopolizable y ha sido admitida en múltiples registros marcarios coexistentes.*
- *Diferente público objetivo: Los compradores de maquinaria motorizada y los consumidores de insumos agroquímicos tienen perfiles y criterios de decisión completamente distintos.*
- *Canales de venta separados: La distribución de maquinaria agrícola y la de insumos agroquímicos o productos agrícolas en bruto se realiza a través de redes comerciales independientes.*
- *Publicidad diferenciada: Cada línea de productos tiene su propio ecosistema de promoción y comunicación.*
- *Antecedentes favorables: La coexistencia de marcas con el prefijo AGRI en el registro colombiano confirma que este tipo de signos puede convivir pacíficamente”.*

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

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

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

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	AGRIFOL	AGRIFOL S.A.S.	SD2024/0035541	12	1, 5, 31, 35	Marca	09/04/2035	Registrada
Mixta	AGRIFOL		SD2022/0021447	11	1, 5, 31, 35	Marca	03/05/2034	Registrada

Facultad oficiosa de la Administración para identificar productos de la Clase 7 Internacional

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que el siguiente registro marcario deberá ser tenido en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

•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 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° SD2025/0124052

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	Vigencia	Estado
Mixta	A AGRICO	AGRICO DISTRIBUIDORA Y CONSTRUCTORA S.A.S.	SD2023/0034763	11	1	Marca	22/03/2034	Registrada

Los signos comparados son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
	

Antecedentes


Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o



Ref. Expediente N° SD2025/0124052

más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)»⁴.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁵ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada 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.

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

⁵ “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.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

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 signos⁶.

Análisis comparativo con las marcas opositoras.

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**AGRIKOL**” en caracteres especiales y acompañada de un herraje y una hoja que conforma la letra “A”. Por otra parte, las marcas opositoras son de naturaleza mixta, compuestas principalmente por las expresiones “**AGRIFOL / AGRIFOL**” en caracteres especiales y acompañadas de figuras geométricas en la parte superior.

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el elemento preponderante en su respectivo conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en la mente del consumidor y sopesan el grado de recordación por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado reproduce casi en su totalidad el elemento nominativo de las marcas previamente registradas, conllevando a que las marcas al momento de ser confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares AGRIKOL / AGRIFOL / AGRIFOL situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la sustitución de la letra “F” por la letra “K”, desde el plano fonético no logra proporcionar una pronunciación diferente.

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

7: Guadañadoras; pulverizadores de jardín [máquinas] para insecticidas; pulverizadores de motor; cabezales de corte para desbrozadoras; desbrozadoras [máquinas]; máquinas desbrozadoras; anillos de pistón [partes de motores de combustión interna]; arranques para motores; bobinas de encendido [partes de motores]; bombas de agua para motores

⁶ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

y propulsores; bombas de combustible a motor; bujías de encendido para motores; bujías de encendido para motores de combustión interna; cilindros de motor; filtros de aire para motores; filtros de combustible [partes de motores]; motores de soplado; motores de soplado de combustión interna; pulverizadores motorizados; sierras a motor; sierras motorizadas.

Los signos registrados identifican:

Expedientes	Productos y servicios
SD2024/0035541	1: Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones extintoras; preparaciones para templar y soldar metales; productos químicos para conservar alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) para la industria. 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.. 31: Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar; animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta. 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.
SD2022/0021447	1: Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones extintoras; preparaciones para templar y soldar metales; productos químicos para conservar alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) para la industria. 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas. 31: Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar;

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva entre los productos de las Clases 1, 5, 7 y 31 Internacional

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como *“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 (...).”*⁷.

Como podemos advertir, las máquinas agrícolas de la Clase 7 (Guadañadoras; pulverizadores de jardín [máquinas] para insecticidas; pulverizadores de motor) y los productos agrícolas de las Clases 1, 5 y 31 Internacional (*Productos para la agricultura, abonos para el suelo; fungicidas, herbicidas; Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plántones y semillas para plantar*) pertenecen al mismo sector de la agricultura, y se utilizan para la siembra y recolección de productos, de manera que es habitual que dentro del mercado aquellos empresarios que fabrican este tipo de productos incursionen en la comercialización de máquinas para la agricultura, o viceversa, dado que van dirigidos a un mismo mercado objetivo y pueden aprovechar una misma infraestructura empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

De conformidad con lo anterior, los productos distinguidos por los signos previos están enfocados específicamente en satisfacer una necesidad afín de los productos identificados por la marca solicitada, por lo que es posible que el consumidor razonablemente entienda que quien se encarga de fabricar y comercializar los productos solicitados también se dedica a la comercialización de los productos previamente registrados, máxime al tratarse de marcas tan similares.

Por lo tanto, en atención al criterio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de las marcas antecedentes, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

Aunado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor a través de similares canales de comercialización, hecho que genera mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

Por lo anterior es que se predica que estos productos pueden compartir los mismos medios publicitarios y promocionales, en donde además es usual que se predique el uso conjunto, lo que incrementa el riesgo de confusión en el consumidor.

Finalmente, dada la similitud de los signos y el elemento coincidente entre los signos, resulta pertinente tener en cuenta lo estipulado por la teoría de la interdependencia, la cual ha sido reconocida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de la siguiente manera:

“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. 475⁸)

En virtud de lo anterior, al aplicar la mencionada teoría, 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 éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, lo cual no se da en el caso en comento.

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.

Análisis comparativo con la marca citada de oficio

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión **“AGRIKOL”** en caracteres especiales y acompañada de un herraje y una hoja que conforma la letra **“A”**. Por otra parte, la marca citada de oficio es de naturaleza mixta, compuesta principalmente por la expresión **“A AGRICO”** en caracteres especiales y acompañadas de una figura triangular que conforma la letra **“A”** en la parte superior.

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el elemento preponderante en su respectivo conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en la mente del consumidor y sopesan el grado de recordación por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible observar que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado reproduce casi en su totalidad el elemento nominativo de las marcas previamente registradas, conllevando a que las marcas al momento de ser

⁸ TJCA, Proceso N°135-IP-2004.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

confrontadas presenten similitudes del orden fonético y ortográfico que hacen materializable el riesgo de confusión y/o asociación.

En efecto, los signos en confrontación tienen una secuencia vocálica y consonántica que generan la pronunciación de fonemas similares AGRIKOL / A AGRICO situación que puede generar riesgo de confusión en el público consumidor, dado que la sustitución de la letra “C” por la letra “K” y la adición de la letra “L”, desde el plano fonético no logra proporcionar una pronunciación diferente.

Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. En efecto, al apreciarlas en conjunto se observa que son fonéticamente similares.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

7: Guadañadoras; pulverizadores de jardín [máquinas] para insecticidas; pulverizadores de motor; cabezales de corte para desbrozadoras; desbrozadoras [máquinas]; máquinas desbrozadoras; anillos de pistón [partes de motores de combustión interna]; arranques para motores; bobinas de encendido [partes de motores]; bombas de agua para motores y propulsores; bombas de combustible a motor; bujías de encendido para motores; bujías de encendido para motores de combustión interna; cilindros de motor; filtros de aire para motores; filtros de combustible [partes de motores]; motores de soplado; motores de soplado de combustión interna; pulverizadores motorizados; sierras a motor; sierras motorizadas.

Los signos registrados identifican:

Expedientes

Productos y servicios

SD2023/0034763 **1:** Fertilizantes; fertilizantes [estiércol]; fertilizantes líquidos; fertilizantes naturales; fertilizantes orgánicos; mezclas de suelos [abonos orgánicos, estiércol y fertilizantes]; abonos para uso agrícola; genes de semillas para la producción agrícola; preparaciones químicas para el tratamiento de las semillas; preparaciones químicas para tratar semillas; productos para preservar semillas; acondicionadores de suelos para uso agrícola; cal agrícola; fertilizantes sintéticos para uso agrícola; productos químicos para uso agrícola, excepto fungicidas, herbicidas, insecticidas y parasitocidas; productos químicos para uso agrícola, hortícola y forestal, excepto fungicidas, herbicidas, insecticidas y parasitocidas.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como *“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 (...)”*⁹.

Como podemos advertir, las máquinas agrícolas de la Clase 7 (Guadañadoras; pulverizadores de jardín [máquinas] para insecticidas; pulverizadores de motor) y los productos agrícolas de la Clase 1 Internacional (*Fertilizantes; fertilizantes [estiércol]; fertilizantes líquidos; fertilizantes naturales; fertilizantes orgánicos; mezclas de suelos [abonos orgánicos, estiércol y fertilizantes]; abonos para uso agrícola; genes de semillas para la producción agrícola; preparaciones químicas para el tratamiento de las semillas; preparaciones químicas para tratar semillas; productos para preservar semillas; acondicionadores de suelos para uso agrícola; cal agrícola; fertilizantes sintéticos para uso agrícola; productos químicos para uso agrícola, excepto fungicidas, herbicidas, insecticidas y parasitocidas; productos químicos para uso agrícola, hortícola y forestal, excepto fungicidas, herbicidas, insecticidas y parasitocidas*) pertenecen al mismo sector de la agricultura, y se utilizan para la siembra y recolección de productos, de manera que es habitual que dentro del mercado aquellos empresarios que fabrican este tipo de productos incursionen en la comercialización de máquinas para la agricultura, o viceversa, dado que van dirigidos a un mismo mercado objetivo y pueden aprovechar una misma infraestructura empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

De conformidad con lo anterior, los productos distinguidos por los signos previos están enfocados específicamente en satisfacer una necesidad afín de los productos identificados por la marca solicitada, por lo que es posible que el consumidor razonablemente entienda que quien se encarga de fabricar y comercializar los productos solicitados también se dedica a la comercialización de los productos previamente registrados, máxime al tratarse de marcas tan similares.

Por lo tanto, en atención al criterio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de las marcas antecedentes, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Aunado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor a través de similares canales de comercialización, hecho que genera mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

⁹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

Por lo anterior es que se predica que estos productos pueden compartir los mismos medios publicitarios y promocionales, en donde además es usual que se predique el uso conjunto, lo que incrementa el riesgo de confusión en el consumidor.

Finalmente, dada la similitud de los signos y el elemento coincidente entre los signos, resulta pertinente tener en cuenta lo estipulado por la teoría de la interdependencia, la cual ha sido reconocida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de la siguiente manera:

“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. 475¹⁰)

En virtud de lo anterior, al aplicar la mencionada teoría, 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 éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, lo cual no se da en el caso en comento.

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.

Conclusión

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 1. Declarar **fundada** la oposición interpuesta por parte de la sociedad **AGRIFOL S.A.S.**

ARTÍCULO 2. **Negar** el registro de la marca **AGRIKOL** (mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 7 de la Clasificación Internacional de Niza¹¹, solicitada por parte de la sociedad **IMPORTADORA AGRIKOL S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3. **Notificar** a la sociedad **IMPORTADORA AGRIKOL S.A.S.**, solicitante del registro y a la sociedad **AGRIFOL S.A.S.**, opositora, el contenido de la presente

¹⁰ TJCA, Proceso N°135-IP-2004.

¹¹ 7: Guadañadoras; pulverizadores de jardín [máquinas] para insecticidas; pulverizadores de motor; cabezales de corte para desbrozadoras; desbrozadoras [máquinas]; máquinas desbrozadoras; anillos de pistón [partes de motores de combustión interna]; arranques para motores; bobinas de encendido [partes de motores]; bombas de agua para motores y propulsores; bombas de combustible a motor; bujías de encendido para motores; bujías de encendido para motores de combustión interna; cilindros de motor; filtros de aire para motores; filtros de combustible [partes de motores]; motores de soplado; motores de soplado de combustión interna; pulverizadores motorizados; sierras a motor; sierras motorizadas.

Resolución N° 29571

Ref. Expediente N° SD2025/0124052

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 4. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 22 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS