



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 35563

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 9 de octubre de 2025, PARQUE ARAUCO S.A., solicitó el registro de la Marca DISTRITO FUDI PARQUEARAUCO (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9, 16, 35, 36, 37, 41, 42 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

¹ 9: Software para ser utilizado en entornos virtuales; software de realidad virtual para la comercialización de productos y servicios virtuales; software de realidad virtual y aumentada; software de búsqueda, visualización y compra de productos y servicios virtuales; software descargable de realidad virtual; aplicaciones de software para ser utilizadas en entornos virtuales; programas informáticos para el comercio electrónico de la moneda virtual.

16: Folletos, folletos informativos, folletos publicitarios, publicaciones impresas, catálogos, revistas de interés general, afiches.

35: Venta de licor, Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de bienes virtuales descargables autenticados por fichas no fungibles [NFT] para entornos de metaverso, suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos virtuales descargables autenticados por tokens no fungibles [NFT] para utilizar en el metaverso, servicios de consultoría de gestión empresarial en relación con la tecnología de la realidad virtual y la comercialización al por menor de productos virtuales; celebración de ferias de exposiciones virtuales en línea; servicios de pedidos en línea, conducción de ferias comerciales en entornos virtuales, marketing mediante la colocación de productos de terceros en entornos virtuales. Administración comercial; gestión y administración de proyectos comerciales; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento; servicio de centro comercial entendiéndose por ello la agrupación dentro de una misma copropiedad, de múltiples establecimientos de comercio cuyo propósito principal consiste en vender diversas mercancías al público; servicios de gestión de negocios comerciales; servicios de organización con fines comerciales; servicios de gestión de negocios comerciales para terceros; servicios de información y valoraciones comerciales; servicios de venta minorista prestados por centros comerciales en línea; servicios de venta al por menor y al por mayor en línea que ofrecen bienes virtuales; servicios de consultoría de gestión empresarial en relación con la tecnología de la realidad virtual y la comercialización al por menor de productos virtuales; celebración de ferias de exposiciones virtuales en línea; servicios de pedidos en línea; servicios de tiendas minoristas y mayoristas en línea de alimentos y bebidas; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento a través de plataformas virtuales; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de entornos virtuales descargables autenticados por fichas no fungibles [NFT]; gestión empresarial de restaurantes; servicios de marketing en el ámbito de los restaurantes; asistencia en la gestión de negocios para la explotación de restaurantes; asistencia a la gestión empresarial en la explotación de restaurantes; servicios de venta minorista de alimentos en restaurantes, cafeterías, panaderías, tiendas de delicatessen, comedores de empresa, heladerías, tiendas de yogur, tiendas de café y tiendas de galletas. administración de programas de fidelización de clientes para la promoción de servicios de restaurantes y servicios de venta minorista de terceros, servicios de pedidos en línea en el ámbito de la venta y el reparto de comidas para llevar de restaurantes.

36: Gestión de edificios [servicios inmobiliarios]; gestión de propiedades inmobiliarias; gestión inmobiliaria de propiedades en alquiler; gestión de bienes inmuebles en alquiler; asesoramiento inmobiliario; negocios inmobiliarios; servicios inmobiliarios relacionados con el alquiler de bienes inmobiliarios; administración de bienes inmobiliarios; arrendamiento de espacio en centros comerciales; arrendamiento de locales comerciales y vivienda; servicios de agencias inmobiliarias dedicadas al arrendamiento de bienes inmuebles; servicios de corretaje, alquiler y arrendamiento de bienes inmuebles; servicios de renovación de arrendamiento de bienes inmuebles; servicios de cesión de arrendamiento de bienes inmuebles; alquiler y arrendamiento de establecimientos comerciales; tasación de objetos de arte digitales y otros activos digitales en el metaverso, servicio de transferencia de divisas virtuales, transferencia electrónica de monedas virtuales.

37: Servicios de construcción, asesoramiento en construcción, construcción de oficinas, construcción de infraestructura, supervisión de obras de construcción de proyectos inmobiliarios, reparación de edificios.

41: Servicios de entretenimiento, celebración de coloquios, presentación de espectáculos en vivo, actividades deportivas y culturales, actividades recreativas y culturales, dirección de actividades culturales, facilitación de instalaciones recreativas, facilitación de eventos de ocio, suministro instalaciones de ocio, servicios de actividades recreativas y de ocio, planificación, organización o dirección de seminarios en entornos virtuales, planificación, organización o dirección de seminarios en entornos virtuales, servicios de entretenimiento prestados en entornos virtuales en los que los usuarios pueden interactuar con fines recreativos, de ocio o de entretenimiento, publicación electrónica, entretenimiento en línea, servicios de restaurantes simulados prestados en entornos virtuales con fines de entretenimiento; Servicios de clubes nocturnos; Servicios de entretenimiento en línea prestados en entornos virtuales; organización de concursos en entornos virtuales; entretenimiento en línea; organización de espectáculos en entornos virtuales; programas de entretenimiento en entornos virtuales; presentación de películas, espectáculos, concursos, juegos, conciertos y eventos recreativos en entornos virtuales; servicios recreativos en entornos virtuales; organización de conciertos en entornos virtuales; publicación electrónica de revistas y libros electrónicos en línea y en entornos virtuales. servicios de restaurantes simulados prestados en entornos virtuales con fines de entretenimiento; entretenimiento en forma de organización y alojamiento de eventos de entretenimiento social, organización de espectáculos con fines de entretenimiento; presentación de espectáculo musical; facilitación de eventos recreativos; puesta a disposición de instalaciones recreativas; organización de fiestas con fines de entretenimiento;



Ref. Expediente N° SD2025/0104615

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1092, 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 irregistrabilidad 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 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,

suministro de instalaciones para actividades recreativas; organización de loterías, concursos y otros juegos de azar; servicios de parques de atracciones; servicios de programas de entretenimiento por radio; programas de entretenimiento por televisión.

42: Desarrollo de software de realidad virtual para la comercialización de productos virtuales; pruebas virtuales de nuevos diseños de productos mediante simulaciones por ordenador; diseño y desarrollo de software de realidad virtual creación de una comunidad en línea para que los usuarios registrados formen comunidades virtuales y participen en servicios de redes sociales en el ámbito de la tecnología de cadena de bloques; servicios de consultoría en diseño en espacios virtuales; planificación del diseño de restaurantes; planificación y diseño de restaurantes; planificación del diseño de bares; diseño arquitectónico para decoración de interiores; diseño de interiores comerciales; consultoría en diseño.

43: Bares; servicios de restauración (alimentación), servicios de restaurantes virtuales; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; servicios de restaurantes; reserva de restaurantes; restaurantes de autoservicio; prestación de servicios de restaurante; servicios de bares y restaurantes; servicios de cafés y restaurantes; servicios de hostelería y restaurantes; servicios de restaurantes y bares; servicios de restaurantes virtuales; servicios de restaurantes y cafés; bares; servicios de cafés y cafeterías; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de catering para eventos sociales; servicios de comidas preparadas; servicios de salones de té; facilitación de información relacionada con restaurantes; suministro de información en materia de restaurantes; servicios de catering.

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. (...).”

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

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 marca previamente registrada

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	Fudigo.	ARARY S.A.S	SD2023/0037957	11	9, 35	Marca	Registrada	26/08/2035

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

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° SD2025/0104615

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). 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. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados **DISTRITO FUDI PARQUEARAUCO / FUDIGO** son similarmente confundibles en su conjunto, al realizar el análisis comparativo de acuerdo con establecido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en la jurisprudencia previamente citada. Al respecto, es necesario mencionar que el vocablo **FUDI** del signo solicitado ocupa la posición principal y preponderante dentro de la etiqueta, por lo que adquiere una especial fuerza perceptiva en la memoria del consumidor.

Así, al apreciar en conjunto los signos en conflicto, se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que la marca solicitada reproduce parcialmente la parte relevante del signo antecedente, concretamente las siguientes consonantes y vocales: “F-U-D-I” bajo el mismo orden y disposición, sin que la diferencia de otras expresiones y elementos gráficos, sea derrotero diferenciador, pues dadas las similitudes denotadas es posible que el consumidor interprete que se encuentra ante una variación de la marca que ya conoce o que entre ellas existe algún tipo de relación empresarial.

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/o 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/o servicios⁴.

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° SD2025/0104615

Conexión competitiva

Dentro de los productos y servicios a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

9: Software para ser utilizado en entornos virtuales; software de realidad virtual para la comercialización de productos y servicios virtuales; software de realidad virtual y aumentada; software de búsqueda, visualización y compra de productos y servicios virtuales; software descargable de realidad virtual; aplicaciones de software para ser utilizadas en entornos virtuales; programas informáticos para el comercio electrónico de la moneda virtual.

35: Venta de licor, Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de bienes virtuales descargables autenticados por fichas no fungibles [NFT] para entornos de metaverso, suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos virtuales descargables autenticados por tokens no fungibles [NFT] para utilizar en el metaverso, servicios de consultoría de gestión empresarial en relación con la tecnología de la realidad virtual y la comercialización al por menor de productos virtuales; celebración de ferias de exposiciones virtuales en línea; servicios de pedidos en línea, conducción de ferias comerciales en entornos virtuales, marketing mediante la colocación de productos de terceros en entornos virtuales. Administración comercial; gestión y administración de proyectos comerciales; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento; servicio de centro comercial entendiéndose por ello la agrupación dentro de una misma copropiedad, de múltiples establecimientos de comercio cuyo propósito principal consiste en vender diversas mercancías al público; servicios de gestión de negocios comerciales; servicios de organización con fines comerciales; servicios de gestión de negocios comerciales para terceros; servicios de información y valoraciones comerciales; servicios de venta minorista prestados por centros comerciales en línea; servicios de venta al por menor y al por mayor en línea que ofrecen bienes virtuales; servicios de consultoría de gestión empresarial en relación con la tecnología de la realidad virtual y la comercialización al por menor de productos virtuales; celebración de ferias de exposiciones virtuales en línea; servicios de pedidos en línea; servicios de tiendas minoristas y mayoristas en línea de alimentos y bebidas; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento a través de plataformas virtuales; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de entornos virtuales descargables autenticados por fichas no fungibles [NFT]; gestión empresarial de restaurantes; servicios de marketing en el ámbito de los restaurantes; asistencia en la gestión de negocios para la explotación de restaurantes; asistencia a la gestión empresarial en la explotación de restaurantes; servicios de venta minorista de alimentos en restaurantes, cafeterías, panaderías, tiendas de delicatessen, comedores de empresa, heladerías, tiendas de yogur, tiendas de café y tiendas de galletas. administración de programas de fidelización de clientes para la promoción de servicios de restaurantes y servicios de venta minorista de terceros, servicios de pedidos en línea en el ámbito de la venta y el reparto de comidas para llevar de restaurantes.

42: Desarrollo de software de realidad virtual para la comercialización de productos virtuales; pruebas virtuales de nuevos diseños de productos mediante simulaciones por ordenador; diseño y desarrollo de software de realidad virtual creación de una comunidad en línea para que los usuarios registrados formen comunidades virtuales y participen en servicios de redes sociales en el ámbito de la tecnología de cadena de bloques; servicios de consultoría en diseño en espacios virtuales; planificación del diseño de restaurantes; planificación y diseño de restaurantes; planificación del diseño de bares; diseño arquitectónico para decoración de interiores; diseño de interiores comerciales; consultoría en diseño.

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

43: Bares; servicios de restauración (alimentación), servicios de restaurantes virtuales; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; servicios de restaurantes; reserva de restaurantes; restaurantes de autoservicio; prestación de servicios de restaurante; servicios de bares y restaurantes; servicios de cafés y restaurantes; servicios de hostelería y restaurantes; servicios de restaurantes y bares; servicios de restaurantes virtuales; servicios de restaurantes y cafés; bares; servicios de cafés y cafeterías; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de catering para eventos sociales; servicios de comidas preparadas; servicios de salones de té; facilitación de información relacionada con restaurantes; suministro de información en materia de restaurantes; servicios de catering.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Productos y servicios
------------	-----------------------

SD2023/0037957	(9): Programas de aplicación; software de aplicación; software de aplicación descargable para smartphones; software de aplicación descargable para teléfonos celulares; software de aplicación descargable para teléfonos inteligentes; software de aplicación descargable para teléfonos móviles; software de aplicación descargable para teléfonos portátiles; software de aplicación descargables; software de aplicación descargables para smartphones; software de aplicación descargables para teléfonos inteligentes; software de aplicación informática para pruebas de métodos informáticos; software de aplicación para dispositivos móviles; software de aplicación para móviles; software de aplicación para servicios de redes sociales a través de internet; software de aplicación para smartphones; software de aplicación para teléfonos celulares; software de aplicación para teléfonos inteligentes; software de aplicación para teléfonos inteligentes [smartphones]; software de aplicación para teléfonos móviles; software de aplicación para teléfonos portátiles; software de aplicación web; software descargable en forma de una aplicación móvil para recibir pedidos y repartir en restaurantes que solo son de entrega.
-----------------------	--

(35): Servicios de venta al por mayor de mercancías; servicios de venta al por mayor de mercancías [por todo tipo de medios]; servicios de venta al por mayor de preparaciones de bebidas; servicios de venta al por mayor de preparaciones de bebidas alcohólicas; servicios de venta al por mayor en línea; servicios de venta al por mayor en relación con preparaciones de bebidas; servicios de venta al por mayor en relación con preparaciones de bebidas alcohólicas; servicios de venta al por mayor en relación con preparaciones para la elaboración de bebidas; servicios de venta al por mayor en relación con preparaciones para la elaboración de bebidas con alcohol; servicios de venta al por mayor o al por menor; servicios de venta al por mayor por correspondencia; servicios de venta al por mayor y al por menor; servicios de venta al por mayor y al por menor en línea; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de arroz; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de bebidas; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

caramelos; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de chocolates; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de golosinas; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de helados cremosos; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de pan; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de pastas alimenticias; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de pasteles; servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de productos lácteos; servicios de venta al por menor por correspondencia; servicios de venta al por menor y al por mayor; servicios de venta mayorista de alimentos; servicios de venta mayorista de alimentos marinos; servicios de venta mayorista de carne; servicios de venta mayorista de cerveza; servicios de venta mayorista de chocolate; servicios de venta mayorista de cubiertos; servicios de venta mayorista de mercancías; servicios de venta mayorista en línea; servicios de venta mayorista en línea en relación con bebidas sin alcohol; servicios de venta mayorista en relación con bebidas alcohólicas; servicios de venta mayorista en relación con bebidas alcohólicas, excepto cervezas; servicios de venta mayorista en relación con bebidas con alcohol; servicios de venta mayorista en relación con bebidas con alcohol, excepto cerveza; servicios de venta mayorista en relación con bebidas sin alcohol; servicios de venta mayorista en relación con cacao; servicios de venta mayorista en relación con café; servicios de venta mayorista en relación con caramelos; servicios de venta mayorista en relación con carne; servicios de venta mayorista en relación con cerveza; servicios de venta mayorista en relación con chocolate; servicios de venta mayorista en relación con productos comestibles; servicios de venta mayorista en relación con productos de papel desechables; servicios de venta mayorista en relación con productos hortícolas; servicios de venta mayorista en relación con productos lácteos; servicios de venta mayorista o minorista; servicios de venta mayorista por correspondencia; servicios de venta mayorista y minorista; servicios de venta mayorista y minorista en línea; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de arroz; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de bebidas; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de bocadillos; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de caramelos; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de chocolates; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de golosinas; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de pan; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de pastas alimenticias; servicios de venta minorista [por todo tipo de medios] de productos lácteos; servicios de venta minorista de alimentos; servicios de venta minorista de alimentos marinos; servicios de venta minorista de mercancías; servicios de venta minorista de mercancías [por todo tipo de medios]; servicios de venta minorista de una amplia gama de productos de consumo; servicios de venta minorista en línea; servicios de venta minorista en relación con frutas; servicios de venta minorista en relación con preparaciones de bebidas; servicios de venta minorista en relación con preparaciones de limpieza; servicios de venta minorista en relación con productos comestibles; servicios de venta minorista en relación con productos de confitería; servicios de venta minorista en relación con productos de gastronomía fina; servicios de venta minorista en relación con productos lácteos; servicios de venta minorista en relación con

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

sorbetes; servicios de venta minorista en relación con utensilios de mesa; servicios de venta minorista o mayorista; servicios de venta minorista o mayorista de alimentos y bebidas; servicios de venta minorista o mayorista de arroz; servicios de venta minorista o mayorista de arroz y cereales; servicios de venta minorista o mayorista de bolsas y bolsitas; servicios de venta minorista o mayorista de comidas y bebidas; servicios de venta minorista o mayorista de detergentes; servicios de venta minorista o mayorista de frutas, verduras, hortalizas y legumbres; servicios de venta minorista o mayorista de productos de confitería; servicios de venta minorista o mayorista de productos de confitería, panes y bollos; servicios de venta minorista por catálogos de venta por correspondencia; servicios de venta minorista por correspondencia; servicios de venta minorista por correspondencia de bebidas no alcohólicas; servicios de venta minorista por correspondencia de cervezas; servicios de venta minorista por correspondencia de productos alimentarios; servicios de venta minorista prestados por grandes almacenes; servicios de venta minorista prestados por supermercados; servicios de venta minorista y mayorista.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza (Razonabilidad)

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, podría asumir como razonable que los productos y/o en cuestión provienen del mismo empresario.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe la posibilidad de que el mismo empresario que ofrece en el mercado software para ser utilizado en entornos virtuales; software de realidad virtual para la comercialización de productos y servicios virtuales; software de realidad virtual y aumentada; software de búsqueda, visualización y compra de productos y servicios virtuales; software descargable de realidad virtual; aplicaciones de software para ser utilizadas en entornos virtuales; programas informáticos para el comercio electrónico de la moneda virtual, sea el mismo que ofrece programas de aplicación; software de aplicación; software de aplicación descargables y software descargable en forma de una aplicación móvil para recibir pedidos y repartir en restaurantes que solo son de entrega.

Lo anterior, en la medida en que todos corresponden a programas informáticos o soluciones tecnológicas que pueden coexistir dentro de un mismo ecosistema de desarrollo y comercialización de software,. determinando la eventualidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza (Razonabilidad)

Ahora bien, en aplicación del criterio de razonabilidad, se advierte que también hay conexidad competitiva entre los servicios de venta de licor, servicios de tiendas minoristas y mayoristas en línea de alimentos y bebidas, servicios de venta minorista prestados por centros comerciales en línea y servicios de pedidos en línea en el ámbito de la venta y el reparto de comidas para llevar de restaurantes y los servicios de venta al por mayor de preparaciones de bebidas alcohólicas, servicios de venta al por mayor en relación con bebidas alcohólicas, servicios de venta al por menor [por todo tipo de medios] de bebidas

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

y servicios de venta minorista o mayorista de alimentos y bebidas, en la medida en que todos están dirigidos a la distribución, oferta y comercialización de bebidas y productos alimenticios a los consumidores, ya sea mediante canales mayoristas, minoristas o plataformas en línea. Por lo tanto, el consumidor podría considerar que los servicios previamente señalados provienen del mismo origen empresarial o de empresas vinculadas.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 42 y productos de la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza (Razonabilidad)

En línea con lo anterior, resulta razonable que el consumidor considere, en contra de la realidad, que los servicios de desarrollo de software de realidad virtual para la comercialización de productos virtuales; pruebas virtuales de nuevos diseños de productos mediante simulaciones por ordenador; diseño y desarrollo de software de realidad virtual creación de una comunidad en línea para que los usuarios registrados formen comunidades virtuales y participen en servicios de redes sociales en el ámbito de la tecnología de cadena de bloques y servicios de consultoría en diseño en espacios virtuales; planificación del diseño de restaurantes; planificación y diseño de restaurantes y planificación del diseño de bares son prestados por el mismo empresario que se dedica al software de aplicación, software de aplicación descargables, software de aplicación informática para pruebas de métodos informáticos; software de aplicación para servicios de redes sociales a través de internet, software de aplicación web; software descargable en forma de una aplicación móvil para recibir pedidos y repartir en restaurantes que solo son de entrega.

Esto, en atención a que resulta habitual en el mercado que los empresarios que ofrecen servicios y soluciones tecnológicas implemente sus propios desarrollos y productos de software para tales fines. Además, en el caso bajo estudio se observa que los servicios de planificación del diseño de restaurantes, planificación y diseño de restaurantes y planificación del diseño de bares están estrechamente relacionados con el software de aplicación descargables y software descargable en forma de una aplicación móvil para recibir pedidos y repartir en restaurantes que solo son de entrega, pues ambos están orientados al mercado de los restaurantes.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 43 y servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza (Razonabilidad)

Finalmente, se observa que hay conexidad competitiva entre los servicios bares, cafés y restaurantes y los servicios de venta minorista o mayorista de alimentos y bebidas, como quiera que ambos tipos de servicios están orientados a la industria alimenticia. Además, es una práctica habitual que el empresario que se dedica a la preparación de alimentos y bebidas para el consumo del público, también tenga una línea de negocio encaminada exclusivamente a la comercialización de los productos sin preparar relacionados con los bares, restaurantes y cafés.

Todo lo anterior, configura riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

“(…) El riesgo de confusión, puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

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.

No obstante, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a las clases 16, 36, 17 y 41 deberá ser suspendidas hasta tanto quede en firme la decisión de las clases restantes, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)”

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca DISTRITO FUDI PARQUEARAUCO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por PARQUE ARAUCO S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca DISTRITO FUDI PARQUEARAUCO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por PARQUE ARAUCO S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁵9: Software para ser utilizado en entornos virtuales; software de realidad virtual para la comercialización de productos y servicios virtuales; software de realidad virtual y aumentada; software de búsqueda, visualización y compra de productos y servicios virtuales; software descargable de realidad virtual; aplicaciones de software para ser utilizadas en entornos virtuales; programas informáticos para el comercio electrónico de la moneda virtual.

⁶35: Venta de licor, Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de bienes virtuales descargables autenticados por fichas no fungibles [NFT] para entornos de metaverso, suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos virtuales descargables autenticados por tokens no fungibles [NFT] para utilizar en el metaverso, servicios de consultoría de gestión empresarial en relación con la tecnología de la realidad virtual y la comercialización al por menor de productos virtuales; celebración de ferias de exposiciones virtuales en línea; servicios de pedidos en línea, conducción de ferias comerciales en entornos virtuales, marketing mediante la colocación de productos de terceros en entornos virtuales. Administración comercial; gestión y administración de proyectos comerciales; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento; servicio de centro comercial entendiéndose por ello la agrupación dentro de una misma copropiedad, de múltiples establecimientos de comercio cuyo propósito principal consiste en vender diversas mercancías al público; servicios de gestión de negocios comerciales; servicios de organización con fines comerciales; servicios de gestión de negocios comerciales para terceros; servicios de información y valoraciones comerciales; servicios de venta minorista prestados por centros comerciales en línea; servicios de venta al por menor y al por mayor en línea que ofrecen bienes virtuales; servicios de consultoría de gestión empresarial en relación con la tecnología de la realidad virtual y la comercialización al por menor de productos virtuales; celebración de ferias de exposiciones virtuales en línea; servicios de pedidos en línea; servicios de tiendas minoristas y mayoristas en línea de alimentos y bebidas; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento a través de plataformas virtuales; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de entornos virtuales descargables autenticados por fichas no fungibles [NFT]; gestión empresarial de restaurantes; servicios de marketing en el ámbito de los restaurantes; asistencia en la gestión de negocios para la explotación de restaurantes; asistencia a la gestión empresarial en la explotación de restaurantes; servicios de venta minorista de alimentos en restaurantes, cafeterías, panaderías, tiendas de delicatessen, comedores de empresa, heladerías, tiendas de yogur, tiendas de café y tiendas de galletas.

Ref. Expediente N° SD2025/0104615

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca DISTRITO FUDI PARQUEARAUCO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por PARQUE ARAUCO S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Negar el registro de la Marca DISTRITO FUDI PARQUEARAUCO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por PARQUE ARAUCO S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO SEXTO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 14 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

administración de programas de fidelización de clientes para la promoción de servicios de restaurantes y servicios de venta minorista de terceros, servicios de pedidos en línea en el ámbito de la venta y el reparto de comidas para llevar de restaurantes.

⁷**42:** Desarrollo de software de realidad virtual para la comercialización de productos virtuales; pruebas virtuales de nuevos diseños de productos mediante simulaciones por ordenador; diseño y desarrollo de software de realidad virtual creación de una comunidad en línea para que los usuarios registrados formen comunidades virtuales y participen en servicios de redes sociales en el ámbito de la tecnología de cadena de bloques; servicios de consultoría en diseño en espacios virtuales; planificación del diseño de restaurantes; planificación y diseño de restaurantes; planificación del diseño de bares; diseño arquitectónico para decoración de interiores; diseño de interiores comerciales; consultoría en diseño.

⁸**43:** Bares; servicios de restauración (alimentación), servicios de restaurantes virtuales; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; servicios de restaurantes; reserva de restaurantes; restaurantes de autoservicio; prestación de servicios de restaurante; servicios de bares y restaurantes; servicios de cafés y restaurantes; servicios de hostelería y restaurantes; servicios de restaurantes y bares; servicios de restaurantes virtuales; servicios de restaurantes y cafés; bares; servicios de cafés y cafeterías; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de catering para eventos sociales; servicios de comidas preparadas; servicios de salones de té; facilitación de información relacionada con restaurantes; suministro de información en materia de restaurantes; servicios de catering.