

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 35571

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 25 de septiembre de 2025, Derly Johana Pequi Ipia, solicitó el registro de la Marca Derivados PEQUIPIA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Artículo 15 de la Decisión 876 de 2021

“La oficina nacional competente denegará, de oficio o a petición de parte, el registro de cualquier signo distintivo, que sea idéntico o similar a una marca país protegida de conformidad con la presente Decisión.

Cada País Miembro dispondrá que su oficina nacional competente consulte las marcas país comunicadas en el marco de esta Decisión y las tenga en cuenta al adoptar decisiones sobre el registro de signos distintivos, de conformidad con su procedimiento interno.

Esta disposición no tendrá aplicación cuando el registro del signo distintivo sea solicitado por el mismo titular o por quien ejerza los derechos de la marca país, o cualquier persona expresamente autorizada.”

Concepto de la norma

¹ 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

Decisión 876 de 2021 – Régimen común sobre Marca País

La Decisión 876 de 2021 contempló el régimen común andino para la protección de las marcas país de los Países Miembros, estableciendo un procedimiento de comunicación entre las autoridades nacionales competentes, en el cual se surten diversas etapas, entre las que se encuentran: el envío y recepción de la comunicación, el planteamiento de objeciones, la protección de la marca país y su publicación.

De acuerdo con el artículo 3 de la Decisión Andina citada *“constituye marca país cualquier signo designado o empleado por un País Miembro para promover su imagen dentro y fuera del país, y para promocionar, entre otros, el turismo, la cultura, la gastronomía, la producción nacional, las exportaciones o las inversiones del País Miembro”*.

A su vez, el artículo 15 de la Decisión 876 de 2021 consagró una causal de irregistrabilidad que se debe aplicar en el examen de fondo que contempla el artículo 150 de la Decisión 486 de 2000. Para efectos de lo anterior, la Decisión estableció que cada País Miembro dispondrá que su oficina nacional competente consulte las marcas país comunicadas en el marco de esta Decisión y las tenga en cuenta al adoptar decisiones sobre el registro de signos distintivos.

De acuerdo con la disposición andina citada y que contiene las normas relativas al procedimiento mediante el cual se deberán proteger las Marcas País en los países miembros de la CAN, la marca país es un signo distintivo utilizado por algunos países, en la implementación de políticas nacionales que buscan promover la imagen e identidad de cada país, en sectores comerciales, como las importaciones, inversiones, la gastronomía y el turismo.

Este signo, tiene la particularidad de que no se limita ni circunscribe a un uso respecto de determinados productos y/o servicios, sino que, por el contrario, identifica y representa a la imagen de un país y las características propias de su identidad.

En el ámbito nacional, sirve para implementar políticas de afianzamiento y promoción de la imagen del país entre sus propios ciudadanos y en el ámbito externo - internacional, para presentar al país a un público extranjero, que será atraído y sensibilizado, acerca de los productos y servicios que proceden del país en referencia, logrando fortalecer vínculos comerciales, económicos, turísticos y culturales.

De acuerdo con el artículo 10 de la Decisión 876 de 2021, *“la marca país de un País Miembro se protegerá desde la fecha en que se reciba la comunicación por la autoridad nacional competente del País Miembro donde se solicite la protección, siempre que no se planteen objeciones motivadas por parte de la oficina nacional competente.”*

A su vez, el artículo 12 de Decisión 876 de 2021, establece que *“la marca país será protegida por tiempo indeterminado. La marca país será imprescriptible e inembargable. La obligación de protección de una marca país cesará a pedido expreso de la autoridad nacional competente que la hubiese comunicado.*

Tal pedido se efectuará siguiendo el procedimiento previsto en esta Decisión para la comunicación inicial de las marcas país. Las marcas país no estarán sujetas a ningún requisito de uso como condición para mantener su protección.”

Así las cosas, la marca país se protegerá desde la fecha en la que sea recibida la comunicación de solicitud de protección, por tiempo indeterminado, lo que la hace imprescriptible e inembargable, sin estar sujeta a ningún requisito de uso como condición para mantener su protección, por lo que, no podrá ser objeto de acciones de cancelación

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

por no uso y su protección no estará atada a la Clasificación Internacional de Niza y por ende no le es aplicable un análisis de conexión competitiva.

Mecanismos de protección de la Marca País

La Decisión 876 de 2021, establece el mecanismo de protección de las marcas país de un País Miembro en otros Países Miembros de la Comunidad Andina, a través de un procedimiento de comunicación entre las autoridades nacionales competentes. En este mismo sentido, la Decisión 876 de 2021 contempló la posibilidad de que cada País Miembro aplique, para la protección de sus marcas país propias, el procedimiento establecido en dicha Decisión.

En consecuencia, existen dos posibilidades para la protección de una marca país en Colombia, a saber: (i) la protección de las marcas país de los Países miembros o terceros países debidamente comunicadas a través de sus autoridades nacionales competentes y (ii) la protección de las marcas país propias de Colombia, la cual debe estar sujeta al procedimiento establecido en los numerales 8.1.1. a 8.1.1.4, del Capítulo Octavo del Título X de la Circular Única de esta Superintendencia, en concordancia con los incisos primero y segundo del artículo 6° de la Decisión 876 de 2021

Presupuestos de aplicación de la causal

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado con fundamento en el Artículo 15 de la Decisión 876 de 2021, se necesita que cumpla con un único supuesto de hecho, esto es, que el signo solicitado sea idéntico o similar a una marca país protegida, en virtud del procedimiento previsto en la mencionada Decisión.

Contrario al análisis efectuado en virtud de una marca de productos y servicios, en el caso de una marca país, se trata de una causal de irregistrabilidad objetiva, lo que implica que, por su naturaleza no requiere de un análisis de conexidad competitiva.

Lo anterior, teniendo en cuenta que, la marca país no se circunscribe a un uso respecto de determinados productos y/o servicios, sino que, por el contrario, identifica y representa la imagen de un país.

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,

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

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

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

Análisis de oficio de la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 15 de la Decisión 876 de 2021:

La causal en estudio tendrá lugar de oficio o a petición de parte, considerando todas las marcas país protegidas en Colombia, incorporadas en el Sistema de Información de Propiedad Industrial (SIPI). En consideración a lo anterior, visto el Sistema de Información de Propiedad Industrial - SIPI, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

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
Mixta	Colombia es pasión	FIDUCIARÍA COLOMBIANA DE COMERCIO EXTERIOR S.A. - FIDUCOLDEX - actuando como vocera del Fideicomiso de Promoción de Exportaciones PROCOLOMBIA	SD2022/0024335	11	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37,	Marca	Registrada

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

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

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

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

					38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45		
--	--	--	--	--	-----------------------------------	--	--



Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, a la izquierda, una figura que representa una taza estilizada orientada hacia la derecha, de cuyo interior emerge de manera relevante una forma semejante a un corazón, mientras que a la derecha se incluye el texto “Derivados Pequípia” que también constituye el elemento nominativo del signo.



El arte de la marca país de naturaleza mixta muestra un símbolo gráfico ubicado en la parte superior, formado por líneas curvas que delinean la silueta de un corazón combinado con tres ascendentes, debajo se incluye el texto “Colombia es pasión”.

Caso concreto:

Con base en los criterios doctrinarios y jurisprudenciales establecidos, esta Dirección observa que el signo solicitud es similar a la marca país “COLOMBIA ES PASIÓN”, en la medida que el asemeja el elemento grafico altamente distintivo, sin que las variaciones gramaticales se constituyan como elementos suficientes para contrarrestar la similitud que se evidencia.

Al respecto es preciso enfatizar en la relevancia que tiene el componente grafico en la Marca País protegida, pues la figura del corazón dispuesta en la parte superior del conjunto marcario goza de una disposición preponderante por su tamaño y aptitud distintiva. Por su parte, el signo solicitado también dispone la figura de un corazón en la parte superior de la figura. En ese sentido, la coincidencia entre estos elementos figurativos dispuestos de manera semejante en ambos conjuntos marcarios genera, sin lugar a dudas, una percepción semejante de ambos signos.

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

A su vez, es importante reiterar que esta causal no requiere de un estudio de conexidad competitiva dada su naturaleza y teniendo en cuenta que se trata de una causal de irregistrabilidad objetiva, de modo que cualquier signo deberá ser negado si resulta similar o idéntico a cualquiera de las marcas país protegidas en Colombia, independiente de los productos o servicios para los cuales se solicitó el signo objeto de examen.

De conformidad con lo anterior, esta Dirección encuentra que el signo solicitado está incurso en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 15 de la Decisión 876 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486:

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	COLOMBIA ES PASION	FIDUCIARIA COLOMBIANA DE COMERCIO EXTERIOR S.A. FIDUCOLDEX	06076595	8	31	Marca	Registrada	06 feb. 2027
Mixta	COLOMBIA ES PASION	FIDUCIARIA COLOMBIANA DE COMERCIO EXTERIOR S.A. FIDUCOLDEX	06032415	8	30	Marca	Registrada	06 feb. 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

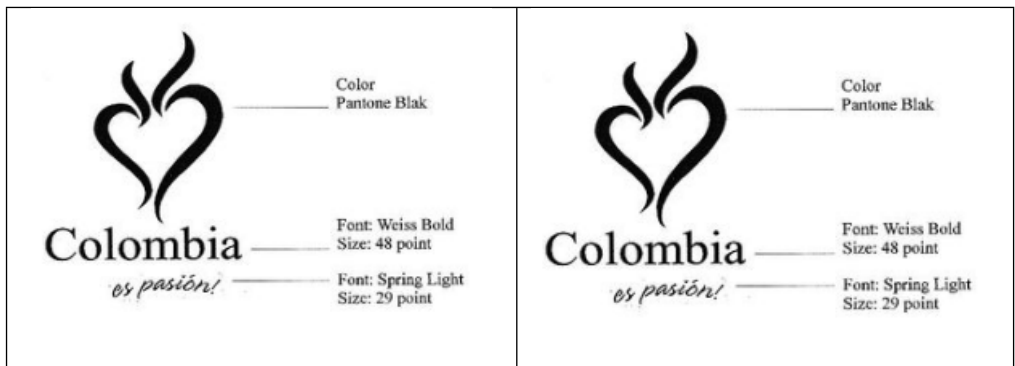


Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, a la izquierda, una figura que representa una taza estilizada orientada hacia la derecha, de cuyo interior emerge de manera relevante una forma semejante a un corazón, mientras que a la derecha se incluye el texto “Derivados Pequípia” que también constituye el elemento nominativo del signo.

Signos previamente registrados	



Ref. Expediente N° SD2025/0098789



Las marcas mixtas previamente registradas se componen de un símbolo gráfico ubicado en la parte superior, formado por líneas curvas que delinean la silueta de un corazón combinado con tres ascendentes, debajo se incluye el texto “Colombia es pasión”.

Jurisprudencia

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

ELEMENTO PREDOMINANTE EN LAS MARCAS MIXTAS

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 observa que, si bien existen diferencias en el elemento nominativo de los signos, la parte gráfica de los mismos resulta ser muy sobresaliente y tanto el signo solicitado como las marcas antecedentes incorporan una imagen semejante, lo cual hará que el consumidor al ver ambos signos los confunda o los asocie como provenientes del mismo origen empresarial.

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

En efecto, al analizar los signos, se evidencia que la marca solicitada al incorporar en la parte superior del grafico una figura de un corazón, asemeja el componente grafico y con aptitud distintiva de las marcas “Colombia es pasión” previamente registradas. Así, a pesar de las diferencias en los componentes nominativos, el consumidor al ver los elementos coincidentes los percibirá de manera semejante, pudiendo endilgarles un mismo origen 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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente 06076595, Clase 31: Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales; malta.

Expediente 06032415, Clase 30: Cafe, te, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedaneos de café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal y mostaza; vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo.

Análisis de conexidad competitiva entre productos de la clase 30 de los signos cotejados (Identidad de Productos)

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° SD2025/0098789

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos, ubicados en la misma clase 30 del nomeclador internacional.

En efecto, de la cobertura de las marcas cotejadas se evidencia que tanto el signo solicitado como la marca previamente registrada (Expediente 06032415) tienen como objeto identificar *“Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.”* de esta manera se evidencia una relación de competencia directa al tratarse exactamente del mismo tipo de productos, pudiendo sustituir uno por otro.

Análisis de conexidad competitiva entre productos de la clase 30 del signo solicitado y productos de la clase 31 de la marca previamente registrada (Criterio de razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario 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.

En sustento de lo anterior, en el presente caso se tiene la marca solicitada, al igual que el signo previamente registrado concurren en la industria de los alimentos, de esta manera, productos como Café, Arroz, Harinas, cereales, elementos que se pretenden identificar con el signo solicitado, se corresponden con productos agrícolas, hortícolas, granos, frutas y legumbres frescas. Por lo que el consumidor considerando las semejanzas de los signos y la afinidad en la naturaleza y finalidad de los productos alimenticios mencionados anteriormente, puede entender que estos provienen de un origen empresarial común.

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.

Por lo tanto, 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.

Conclusión:

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 15 de la Decisión 876 de la Comisión de la Comunidad Andina y, en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

Resolución N° 35571

Ref. Expediente N° SD2025/0098789

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Derivados PEQUIPIA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Derly Johana Pequi Ipia, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Derly Johana Pequi Ipia, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.