

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 36761

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

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 abril de 2025, **MARCAS UNIVERSALES S.A.S.**, solicitó el registro de la marca **LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO** (mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1075 el 8 de agosto de 2025, **JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en el artículo 136, literales a) y h), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“En la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, son enunciadas las circunstancias por las cuales una solicitud de registro deberá ser negada. Tales circunstancias, se agrupan en dos categorías a saber, (i) causales absolutas y (i) causales relativas de irreregistrabilidad.

Dentro de las primeras, se cuentan todas aquellas falencias referidas al signo en sí mismo, que le hacen irreregistrable, en virtud de la protección del interés general. Contrario sensu, las causales relativas de irreregistrabilidad, encuentran su fundamento en la afectación a los derechos de un tercero.

3.1. DERECHOS SURGIDOS CON OCASIÓN DE LA TITULARIDAD SOBRE UN SIGNO DISTINTIVO

El sistema de protección de signos marcarios en Colombia es de carácter atributivo, esto es, con ocasión del registro de marca se adquieren derechos sobre formas o expresiones que sirvan para identificar bienes o servicios en el mercado. De la titularidad del registro, surgen diversas facultades para su beneficiario, las cuales han sido recopiladas por el H. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, de la siguiente manera:

“La doctrina reconoce tres facultades que se derivan del registro, y por el cual el titular puede hacer valer su derecho de propietario:

“La facultad de aplicar la marca al producto, que puede ejercerla sobre el mismo

¹ **29:** Aceites comestibles; aceites condimentados; aceites condimentados para uso culinario; aceites de frutos secos; aceites de frutos secos para uso culinario; aceites de lavanda para uso culinario; aceites de piñones; aceites de semillas de algodón para uso culinario; aceites de semillas de pino; aceites endurecidos [aceites hidrogenados para uso alimenticio]; aceites endurecidos para uso alimenticio; aceites endurecidos para uso culinario; aceites hidrogenados para uso alimenticio; aceites solidificados para uso alimenticio; aceites vegetales para uso alimenticio; aceites vegetales para uso culinario; aceites y grasas comestibles; aceites y grasas comestibles para ser utilizados como diluyentes culinarios; aceites y grasas para uso alimenticio; mezclas de aceites para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales; mezclas de aceites vegetales para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales para uso culinario; jamones; chorizo; quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]; aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimienta morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas).

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

producto, o sobre su envase o envoltorio; y además se le faculta para interponer acciones a fin de impedir que esas mismas acciones o hechos puedan realizarse o ejecutarse por terceros sobre productos similares que ostentan signos iguales o semejantes a los suyos;"

"Una segunda facultad, entraña la capacidad de comerciar esos productos o servicios con identificación de su marca. En la faceta negativa, esa facultad se traduce en la prohibición que puede lograr el titular para que terceros vendan productos o suministren servicios, bajo el amparo de un signo igual o similar;"

"La tercera facultad hace referencia al campo publicitario, en el que el titular puede utilizar la marca en avisos publicitarios, impidiendo que terceros lo realicen con esa misma marca."

"El valor constitutivo del registro de marca se da desde el momento de la concesión por parte de la Oficina Nacional Competente, adquiriendo su titular el derecho exclusivo sobre una marca, derecho subjetivo de usarla para la identificación de productos y servicios."

(Negrilla y subrayado fuera de texto).

Claro es que, la titularidad sobre un signo distintivo excluye tajantemente la posibilidad de que terceros utilicen una forma similar para la identificación de productos o servicios, o al menos, bienes y prestaciones relacionadas, tal como en el presente caso.

3.2. EXISTENCIA DE UNA FAMILIA MARCARIA

En primer lugar, cabe señalar que JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S es propietario de una familia marcaria, compuesta por las marcas descritas en los numerales 1.3 y 1.4 del presente escrito.

Con respecto a las familias marcarias, cabe recordar la posición del Tribunal de Justicia:

"En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. (...)

Este elemento dominante hará que las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, en el sentido de que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto donde figura el citado elemento constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquélla, caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión."

En el caso concreto, el rasgo común y elemento dominante de la familia de marcas de mi representada, son las expresiones "ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO", razón por la cual, el análisis de confundibilidad debe realizarse en consideración de este elemento en particular.

La normatividad vigente en Colombia busca precisamente evitar que se presente dicho riesgo de confusión y/o asociación, por lo que deberá su Despacho denegar el registro solicitado y declarar fundada la oposición presentada por JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S, lo que equivaldría a la efectiva y correcta aplicación de los preceptos legales que rigen la materia.

Desde el año 2012, JERONIMO MARTINS ha invertido esfuerzo, labor y ha destinado gran cantidad de recursos económicos para el posicionamiento y difusión de las

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

marcas “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” logrando establecerse como un referente en su mercado. Dicha situación ha permitido su alto posicionamiento en el país.

Consideramos importante aclarar a este Despacho que, la marca notoria “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” NO tiene ningún vínculo económico, jurídico o comercial con el signo solicitado LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO, que le permita a MARCAS UNIVERSALES S.A.S. la utilización de signos similares en el mercado.

Permitir el registro de una marca como LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO implica en sí, desconocer los derechos previamente adquiridos por JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S, y exponer al público consumidor a un riesgo de confusión, alterando su decisión de consumo e impidiendo que se identifique con claridad el origen empresarial.

3.3. NOTORIEDAD DE LA MARCA “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” EN COLOMBIA

“Notorio” en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española se define como aquello público y sabido por todos, claro, evidente, importante, relevante o famoso. En el mercado existen signos, denominaciones y marcas que por su trayectoria, promoción, utilización y uso adquieren el carácter de notorias, es decir, que además de ser comercializadas y distribuidas como comúnmente corresponde, por el esfuerzo promocional y de comercialización de sus titulares, logran hacerse parte del conocimiento público.

De acuerdo con la Decisión 486 de 2000, un signo notoriamente conocido es aquel que “fuese reconocido como tal en cualquier país miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido.”

(...)

Es menester mencionar que, los signos notoriamente conocidos cuentan con una protección especial, entre otras, por la trascendencia en el principio de territorialidad y la no exigencia del registro.

Lo anterior implica que, en caso de encontrarse en conflicto un signo en proceso de registro y uno notorio, deberá el examinador determinar si el signo solicitado es susceptible de configurar riesgo de confusión o asociación, o tiende a aprovecharse injustamente del prestigio y posicionamiento de éste, o producirá efectos negativos en la fuerza distintiva del signo notorio; indistintamente de los productos o servicios que pretenda identificar el signo en proceso de registro, es decir, la configuración de los riesgos de (i) confusión, (ii) asociación, de (iii) dilución o de (iv) uso parasitario.

(...)

3.3.1. Dilución de la fuerza distintiva y del valor comercial y publicitario de la marca “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”

El mismo Literal h) de la Decisión 486, establece como causal de irregistrabilidad de un signo solicitado, en cuanto a esta cause una dilución de la “fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario” de una marca notoriamente conocida.

(...)

En este orden de ideas, el registro de la marca LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO provocaría sin duda alguna, la dilución de la fuerza distintiva y del valor comercial y publicitario de la marca notoria “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”, perjudicando todos los esfuerzos realizados a través de tantos años por parte de mi

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

poderdante.

3.4. RIESGO DE CONFUSIÓN CON UNA MARCA PREVIAMENTE REGISTRADA

Artículo 136, literal a), Decisión 486 de 2000.

“Artículo 136.- 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;”

En el caso de la referencia, podemos afirmar que la marca solicitada se asemeja a los signos previos descritos en el acápite 1.3, y 1.4 al reproducir el elemento nominativo principal, para identificar productos relacionados. En consecuencia, existe un alto riesgo de confusión entre los signos, como se demostrará a continuación.

3.5. ANALISIS DEL RIESGO DE CONFUSIÓN ENTRE LOS SIGNOS

(...)

a) Similitud ortográfica

(...)

ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO – LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO
ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO – LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO
ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO – LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO
ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO – LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO

(...)

La marca solicitada reproduce la expresión “ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”, con la única diferencia de que incorpora de manera intermedia las palabras “DE IBÁÑEZ”, lo que transmite la idea de que “LA ALEGRÍA” proviene de IBÁÑEZ. En ese sentido, la marca solicitada conserva la estructura original: mantiene la expresión inicial “LA ALEGRÍA” como sustantivo (precisando que es de IBÁÑEZ) y añade las expresiones finales “AL MEJOR PRECIO”, que califican al sustantivo, ubicadas en la misma posición que en la marca notoria y en la familia de marcas opositora. Estas semejanzas generan un alto grado de confundibilidad a nivel ortográfico, lo que hace que el signo solicitado resulte irregistrable.

(...)

b) Similitud fonética

(...)

En el plano fonético, al confrontar los signos “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” y “LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO”, se advierten coincidencias sustanciales.

(...)

El análisis fonético muestra que, aunque existen diferencias en la expresión inicial (“ARA” frente a “LA”) y en la mayor extensión del signo solicitado por la inclusión de “DE IBÁÑEZ”, ambos comparten de forma idéntica la expresión “ALEGRÍA” y la parte final “AL MEJOR PRECIO”, que constituye la conclusión sonora y el elemento de

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

mayor recordación. La coincidencia en estas expresiones y en el sonido final prevalece sobre las mínimas variaciones, lo que conduce a una semejanza fonética sustancial y un alto riesgo de confusión.

(...)

c) Similitud conceptual

(...)

Ambos signos coinciden en el uso del sustantivo “alegría”, término que designa el sentimiento de placer o satisfacción. Igualmente, comparten las expresiones “al mejor precio”, que hacen referencia directa a una condición económica favorable en la adquisición de productos o servicios. De esta manera, ambos signos transmiten los mismos conceptos: un estado de alegría vinculado con un precio beneficioso.

(...)

Otorgar el registro de la marca LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO no solo repercutiría negativamente frente a mi mandante, pues inmediatamente la marca notoria y familia de marcas “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” perderán fuerza distintiva, sino que se producirá un posible agravio –injustificado en todo caso- contra la población consumidora, en atención a su conexidad competitiva, la cual se analizará a continuación (...).”

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

“HECHOS

MARCAS UNIVERSALES SAS, es titular del registro de la marca LA ALEGRÍA DE IBAÑEZ, expediente No. 12051374, certificado de registro No 505351, para distinguir productos en la clase 29 internacional del acuerdo de Niza, desde 9 de diciembre de 2014, y vigente hasta 9 de diciembre de 2034.

MARCAS UNIVERSALES SAS, solicitó ante la División de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio el registro de la marca LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO (mixta) para distinguir productos de la clase 29 internacional del acuerdo de Niza, cuyo trámite se lleva dentro del expediente No. SD2025/0038649.

Jerónimo Martins SAS, pide con sustento en su registro de marca ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO, se suspenda el trámite administrativo, hasta que se resuelva definitivamente la solicitud de reconocimiento de notoriedad de la marca “ARA ALEGRIA AL MEJOR PRECIO”, presentada dentro del expediente SD2024/0038379, correspondiente a la marca ARAGOA. Sal+dulce, solicitada por ALEJANDRA TRIANA LINARES, por ser relevante esta decisión en el presente proceso.

Se trasladen todas las pruebas que obran en el expediente de oposición SD2024/0061390, presentado dentro del expediente de registro SD2024/0038379, correspondiente a la marca ARAGOA. Sal+dulce, solicitada por ALEJANDRA TRIANA LINARES, a efectos de ser tenida en cuenta en el presente proceso de oposición, por ser pruebas que recaen sobre el mismo objeto.

Que se declare fundada la oposición presentada por Jerónimo Martins SAS y en consecuencia,

Se NIEGUE la solicitud de registro de la marca (MIXTA) LA ALEGRÍA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO, presentada por MARCAS UNIVERSALES SAS.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

Sobre las pretensiones que se indican en los numerales 2, 3, 4 y 5 me opongo a cada una de ellas, así:

No hay pronunciamiento que decrete la notoriedad de la marca, y como consecuencia de ello son meras expectativas que no pueden ser aducidas como hechos ciertos dentro del estudio de registrabilidad de la solicitud de registro de la marca LA ALEGRIA DE IBAÑEZ.

Así mismo es claro tener presente que existen otras marcas de otros titulares diferentes a Jerónimo Martins SAS que coexisten en el mercado y que no han causado error a confusión al público consumidor, para lo cual me permito indicarlos con sus datos así:

MARCA: EL MEJOR SABOR AL MEJOR PRECIO
Certificado: 382950
Expediente: 07121844
Vigencia: 20 de noviembre de 2030
Titular: NUTRIMENTI DE COLOMBIA S.A.

MARCA: DELISALSA CALIDAD AL MEJOR PRECIO
Certificado: 575657
Expediente: 16117853
Vigencia: 30 de agosto de 2027
Titular: PULPAFRUIT SAS

MARCA: CALIDAD INTERNACIONAL AL MEJOR PRECIO
Certificado: 220446
Expediente: 98020934
Vigencia: 13 de abril de 2027
Titular: PHILLIP MORRIS PRODUCTS S.A.

MARCA: ¡ UN MEJOR DESCANSO AL MEJOR PRECIO !
Certificado: 670516
Expediente: SD2020/0036873
Vigencia: 28 de diciembre de 2032
Titular: COLCHONES Y MUEBLES RELAX S.A.

MARCA: EL MEJOR SABOR AL MEJOR PRECIO
Certificado: 674185
Expediente: SD2020/0043249
Vigencia: 2 de octubre de 2029
Titular: NUTRIMENTI DE COLOMBIA S.A.

MARCA: EN EFECTY LO MEJOR Y AL MEJOR PRECIO
Certificado: 700494
Expediente: SD2021/0016481
Vigencia: 8 de abril de 2031
Titular: EFECTIVO LTDA

Como se demostrará seguidamente ARA ALEGRIA AL MEJOR PRECIO (mixta) y LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJORT PRECIO (mixta), son marcas inconfundibles y fácilmente diferenciables que les permite coexistir en el mercado sin lugar a confusión por parte del público consumidor.

I. DE LOS FUNDAMENTOS DE DERECHO

El Tribunal Andino de justicia ha creado cuatro reglas principales como criterios para determinar el riesgo de confusión o asociación entre dos signos así:

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

a) *La confusión resulta de la impresión de conjunto causada por las marcas;*

Las marcas deben ser analizadas en su visión en conjunto, es decir, su unidad fonética y su estructura y no en elementos particulares que componen los nombres. Por ello, se debe evitar fraccionar los nombres o sus elementos y concentrar la atención en examinar los que caracterizan la marca. O sea, que causan la mayor impresión en el consumidor.

Ahora bien, en relación con los signos denominativos, si bien su examen es integral, se deben tener en cuenta las sílabas o letras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, ya que esto ayudaría a entender cómo es percibido el signo en el mercado e identificar si existe o no una confusión marcaria. Para ello se han elaborado las siguientes reglas jurisprudenciales:

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;

Se debe tener en cuenta el orden de las vocales, ya que esto indica la sonoridad de la denominación;

Se debe determinar el elemento que impacta de una manera mas fuerte en la mente del consumidor, ya que esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado. (Tribunal Andino de Justicia, Proceso 21-IP-2011.)

De igual forma, la jurisprudencia aclara que si el signo determinante en la marca es el gráfico, no podría presentar confusión con una marca denominativa o con aquella en la que el elemento impactante es el denominativo. (Bertone – Cabanellas, Op. Cit., p. 51.)

También pensamos que es importante considerar un conflicto identificado por algunos autores, presentando cuando en la parte denominativa de una marca se utiliza una raíz idéntica a otra marca ya registrada, así esta tenga un terminación diferente, caso en el cual existe una fuerte posibilidad de confusión marcaria.

(...)

En el análisis de las marcas mixtas necesariamente se tendrá que determinar cual de los elementos que conforman el conjunto marcario (denominativo y gráfico) es el predominante, ya que es a través del cual el público consumidor podrá identificar la marca, y además es el elemento determinante de la existencia o no del riesgo de confusión. (Tribunal andino de justicia. Proceso 6-IP-2002. Solicitud de interpretación prejudicial de los arts 81, literal a., art 83, inc. 1, art 146 y 147 de la Decisión 344 de la Comisión del acuerdo de Cartagena, así como del art 5 del Tratado de Creación DEL tribunal, solicitada por el Consejo de Estado de la República de Colombia. Actor: Margarita Ramírez calle, marca: Margarita R. Lencería (mixta). Proceso Interno No. 6365, p. 9.

b) *Las marcas deben ser examinadas de forma sucesiva y no simultánea;*

La razón de ser de esta regla es que el consumidor no analiza las marcas en una sola imagen (simultánea), sino que lo hace en forma individualizada y en tiempos diferentes (sucesiva).

Quiere decir que el consumidor no puede identificar al mismo tiempo las dos marcas (simultáneas): así; cuando vea una marca, tendrá que recurrir a su memoria y recordará la marca que se le asimila, la visualiza individualmente y luego volverá a observar la que pretende escoger (sucesiva).

c) *Deben tenerse en cuenta las semejanzas y no las diferencias que existan entre las*

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

marcas;

La similitud entre dos marcas no depende de los elementos que las diferencian en detalle, sino de la afinidad en su disposición.

d) Quien aprecie la semejanza deberá ponerse en el lugar del comprador presunto y tomar en cuenta la naturaleza de los productos o servicios identificados por los signos en disputa.

(Tribunal Andino de Justicia, Interpretación prejudicial Proceso 17-IP-99.)

(...)

Siguiendo las reglas de cotejo marcario, fijadas por el tribunal Andino de Justicia, antes indiadas; con certeza se puede afirmar que las cuatro hacen que haya una imposibilidad de confusión o semejanza para el consumidor entre la marca MIXTA registrada ARA ALEGRIA AL MEJOR PRECIO, y la solicitud de registro MIXTA LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO.

Así mismo, se puede afirmar pacíficamente que coexisten en el mercado marcas con la expresión AL MEJOR PRECIO que para nada han confundido al público consumidor, porque ahora, habría de ser así ?

En consecuencia pido se declare infundada la demanda de oposición presentada por Jerónimo Martins S.A.S., y se conceda el registro de la marca LA ALEGRIA DE IBAÑEZ (MIXTA), para distinguir productos en la clase 29 del Acuerdo de Niza, a nombre de MARCAS UNIVERSALES S.A.S. (...)"

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

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° SD2025/0038649

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.

Literal h) 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:

h) constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido cuyo titular sea un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso fuese susceptible de causar un riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario”.

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 se presente como una reproducción, imitación, traducción,

•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 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:

- 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.
- 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.
- 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° SD2025/0038649

transliteración o transcripción, total o parcial de un signo notoriamente conocido, cualesquiera sean los productos o servicios identificados por los signos.

El segundo supuesto de hecho se refiere a la capacidad que el uso del signo solicitado tuviere para generar riesgo de confusión o de asociación con el titular del signo notorio o sus productos o servicios, o si dicho uso se configurare como un aprovechamiento injusto de la reputación del signo notorio o causare una dilución de su capacidad distintiva, o su valor comercial o publicitario.

Así, es necesario determinar el alcance de cada uno de los supuestos contemplados en la norma a fin de proceder al estudio de la causal de irregistrabilidad en cuestión.

Reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción

La causal de irregistrabilidad en estudio protege al signo notorio frente a actos de reproducción⁴, imitación⁵, traducción⁶, transliteración⁷ o transcripción⁸, total o parcial, que frente al mismo pretendan efectuarse por parte de terceros.

En cuanto a la comparación de los signos, cuando uno es notorio la identidad o semejanza debe ser analizada a la luz de los criterios reiteradamente establecidos por la doctrina y la jurisprudencia. Así, es necesario verificar la naturaleza de los signos enfrentados a fin de determinar la regla comparativa pertinente al caso concreto, teniendo en cuenta además que la calidad de notorio que el signo opositor ostentare y el grado de notoriedad acreditado frente al mismo, así como su capacidad distintiva intrínseca, influyen directamente en la comparación de las marcas, toda vez que cuando se trata de signos notorios, el examen comparativo está revestido de una mayor rigurosidad en atención a dicha calidad y su especial protección.

Signo notorio

La definición legal del signo notorio se encuentra en el artículo 224 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece:

“Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País Miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido”.

De acuerdo con la definición del Diccionario de la Lengua Española, la característica de notorio se predica de algo que es público y sabido por todos, además de claro y evidente⁹. En efecto, la calificación de notorio de un objeto o una persona está estrechamente ligada

⁴ Reproducir. 1. tr. Volver a producir o producir de nuevo. U. t. c. prnl. 2. tr. Volver a hacer presente lo que antes se dijo y alegó. 3. tr. Sacar copia, en uno o en muchos ejemplares, de una obra de arte, objeto arqueológico, texto, etc., por procedimientos calcográficos, electrolíticos, fotolitográficos o mecánicos y también mediante el vaciado.

⁵ Imitar. (Del lat. imitāri). 1. tr. Ejecutar algo a ejemplo o semejanza de otra cosa. 2. tr. Dicho de una cosa: Parecerse, asemejarse a otra. 3. tr. Hacer o esforzarse por hacer algo lo mismo que otro o según el estilo de otro. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁶ Traducir. (Del lat. traducĕre, hacer pasar de un lugar a otro). 1. tr. Expresar en una lengua lo que está escrito o se ha expresado antes en otra. 2. tr. Convertir, mudar, trocar. 3. tr. Explicar, interpretar. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁷ Transliterar. (De trans- y el lat. littĕra, letra). 1. tr. Representar los signos de un sistema de escritura mediante los signos de otro. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁸ Transcribir. (Del lat. transcribere). 1. tr. copiar (ll escribir en una parte lo escrito en otra). 2. tr. transliterar. 3. tr. Representar elementos fonéticos, fonológicos, léxicos o morfológicos de una lengua o dialecto mediante un sistema de escritura. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁹ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

al sentimiento generalizado de que dicho objeto o persona son ampliamente conocidos por un sector determinado.

Para referirse a un signo notorio es preciso determinar que el uso amplio y generalizado por parte de su titular se ha traducido en la exteriorización de aquel dentro del público consumidor, de tal manera que es fácilmente reconocido y recordado por el consumidor que ha tenido contacto con los productos o servicios identificados por el signo, o por los consumidores potenciales, es decir aquellos que si bien no han adquirido los productos o servicios, saben que se ofertan bajo dicho signo y les endilgan alguna calidad o característica, ya inferida por otro consumidor o gracias a asociaciones derivadas de la información de dichas calidades o características dada mediante la amplia y constante publicidad del signo.

Sector pertinente

En concordancia con lo anterior, el artículo 230 de la Decisión 486 incluye dentro del sector pertinente para determinar si un signo es notorio; los siguientes:

“a) los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique;

b) las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplique; o

“c) los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique”.

Y añade que:

“para efectos de reconocer la notoriedad de un signo bastará que sea conocido dentro de cualquiera de los sectores referidos en los literales anteriores”.

Criterios para determinar la notoriedad

A fin de determinar la notoriedad de un signo distintivo según el mismo sea reconocido como tal dentro del sector pertinente la Decisión 486 establece en su artículo 228 una serie de criterios que, sin ser taxativos, fijan pautas que guían al examinador en el análisis de notoriedad, así:

“Para determinar la notoriedad de un signo distintivo, se tomará en consideración entre otros, los siguientes factores:

a) el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro;

b) la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro;

c) la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, dentro o fuera de cualquier País Miembro, incluyendo la publicidad y la presentación en ferias, exposiciones u otros eventos de los productos o servicios, del establecimiento o de la actividad a los que se aplique;

d) el valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover el establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique;

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

e) las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular en lo que respecta al signo cuya notoriedad se alega, tanto en el plano internacional como en el del País Miembro en el que se pretende la protección;

f) el grado de distintividad inherente o adquirida del signo;

g) el valor contable del signo como activo empresarial;

h) el volumen de pedidos de personas interesadas en obtener una franquicia o licencia del signo en determinado territorio; o,

i) la existencia de actividades significativas de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el País Miembro en que se busca protección;

j) los aspectos del comercio internacional; o,

k) la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero”.

De acuerdo con lo anterior, para poder determinar la notoriedad de un signo distintivo, es preciso que se haya difundido dentro de un territorio y durante un tiempo determinado, toda vez que la única manera de lograr el reconocimiento de un signo distintivo es por medio de su difusión, lo cual implica la identificación de un ámbito temporal y territorial.

Por lo demás, resulta importante resaltar que los criterios normativos permiten que las pruebas aportadas estén referidas a territorio extranjero, pero deben ir dirigidas a demostrar el conocimiento del signo entre los miembros del sector pertinente de cualquiera de los países miembros de la Comunidad Andina.

Prueba de la notoriedad

De conformidad con lo expuesto hasta acá, quien alega notoriedad asume la carga de probar por los medios probatorios conducentes, pertinentes y útiles, la calidad de notoria de la marca de conformidad con la definición, y criterios ya vistos en los artículos 229, 228 y 230 de la Decisión 486.

Identidad o semejanza de los signos

La semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos: Conceptual, ortográfico, fonético y visual.

Existirá semejanza conceptual cuando los dos signos evoquen una idea idéntica o semejante.

La similitud ortográfica se presenta por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión.

Por su parte la visual puede ser entendida como ortográfica, pero es principalmente referida a los signos figurativos o esencialmente visibles.

La semejanza fonética se presenta por coincidencia en las raíces o terminaciones, y cuando la sílaba tónica en las denominaciones comparadas es idéntica o muy difícil de

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

distinguir. Sin embargo, se debe tener en cuenta las particularidades de cada caso, para determinar una posible confusión.

El riesgo de confusión o de asociación

El riesgo de confusión es la posibilidad de que el consumidor adquiera un producto o servicio pensando que está adquiriendo otro (confusión directa), o que adquiera un producto o servicio pensando que éste tiene un origen empresarial distinto al que realmente vincula (confusión indirecta).

Por su parte el riesgo de asociación se presenta cuando a pesar de no existir confusión se vincula económica o jurídicamente a uno y otro oferente de los productos o servicios identificados por las marcas respectivas.

Aprovechamiento injusto del prestigio del signo notorio

El aprovechamiento injusto del prestigio de una marca notoria se presenta cuando un competidor hace un uso parasitario de la marca, valiéndose de la imagen positiva que esta transmite, aunque la acción se realice sobre productos o servicios que no tengan ningún grado de conexidad con los que ampara el signo notoriamente conocido.

El uso parasitario está ligado a la función publicitaria de la marca, pero se diferencia del riesgo de dilución en que la finalidad del competidor parasitario es únicamente un aprovechamiento de la reputación, sin necesidad de presentar un debilitamiento de la capacidad distintiva de la marca notoriamente conocida.

Dilución de la fuerza distintiva del signo notorio

Sobre este tema el Tribunal de Justicia Andino ha dicho¹⁰ que el riesgo de dilución se presenta cuando el uso de otros signos idénticos o similares cause el debilitamiento de la altísima capacidad distintiva y la percepción o imagen positiva que el consumidor tiene del signo notoriamente conocido, aunque se use para productos o servicios que no tengan ningún grado de conexidad con los cuales ampara el signo notoriamente conocido.

La posibilidad de dilución de la fuerza distintiva existe en aquellos signos que son intrínsecamente distintivos, siendo un factor para considerar que sean únicos en el registro de la propiedad industrial, es decir que no hay un signo igual registrado en relación con ningún otro tipo de productos o servicios. En tal caso, de concederse un signo parecido al notorio, ese carácter de exclusividad que tenía el signo notorio en el registro podría perderse.

Al respecto señala el autor F.G. JACOBS: *“La esencia de la dilución en este sentido clásico es que la difuminación del carácter distintivo de la marca implica que ésta ya no provoca la asociación inmediata con los productos para los que está registrada y es usada. Así pues, citando de nuevo a Schechter, «por ejemplo, si se autorizan restaurantes Rolls Royce, cafeterías Rolls Royce, pantalones Rolls Royce y caramelos Rolls Royce, en diez años ya no existirá la marca Rolls Royce»¹¹”.*

Es importante mencionar que la jurisprudencia norteamericana ha tratado el tema de la dilución de signos con un alto grado de notoriedad, especificando dos variantes de dicha

¹⁰Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 108 IP-2006 marca KRISTAL ESSENCE

¹¹CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL. S.R. F.G. JACOBS presentadas el 10 de julio de 2003 (1) Asunto C-408/01 Adidas-Salomón AG and Adidas Benelux BV contra Fitnessworld Trading Ltd.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

situación, la dilución por empañamiento y la dilución por degradación, explicando estos dos conceptos de forma gráfica, tal y como se transcribe a continuación:

“(…) Suponga que un restaurante de lujo se llama “Tiffany”. Existe muy poco riesgo que el público consumidor considere pensar que está celebrando negocios con una sección de las tiendas de joyas “Tiffany” si estos [es decir el público] se vuelven clientes regulares del restaurante. Pero, cuando los consumidores ven al lado el nombre “Tiffany” ellos puede que piensen tanto en el restaurante como la joyería, y si es el caso la eficacia del nombre en identificar la tienda se verá deteriorada. Los consumidores tendrán que pensar mucho más – incurrir como si fuese un mayor costo de imaginación – en reconocer el nombre como el nombre de la tienda...][...Así que “blurring” [empañamiento] es una forma de dilución.” (TY Inc. V. Ruth Perryman; 2002)”

“(…) Ahora suponga que el restaurante que adopta el nombre “Tiffany” es en realidad un local de striptease. Nuevamente y sin duda con mayor certeza que en el caso previo, los consumidores no pensarán que hay relación de propiedad entre el local de striptease y la tienda de joyas. Pero debido a la inveterada tendencia de la mente humana en proceder por asociación, cada vez que piensen en la palabra “Tiffany” su imagen de la tienda lujosa se verá degradada por la asociación de la palabra con el local de striptease¹²”.

Cabe destacar el pronunciamiento que sobre este punto ha efectuado el Abogado General del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, el señor Niilo Jääskinen:

“Tanto en derecho comunitario como en los Estados Unidos, el concepto de protección frente a la dilución se refiere específicamente a dos fenómenos:

Protección frente a la difuminación y frente al deterioro. La protección frente a la difuminación (o dilución en sentido estricto) se da contra los usos que entrañan el riesgo de que la marca pierda su carácter distintivo y, con él, su valor. La protección frente al deterioro significa protección contra usos que ponen en peligro la protección de la marca¹³”.

Aprovechamiento del valor comercial o publicitario del signo notorio

Se presenta un aprovechamiento del valor comercial o publicitario de la marca notoria, cuando un tercero a fin de ahorrar los gastos de posicionamiento de su propia marca, utiliza un signo semejante o idéntico, en relación con productos y/o servicios distintos a los que vienen siendo protegidos por la marca notoria, buscando que se transfiera a sus productos y/o servicios la imagen y el mensaje positivo de la misma.

Al respecto la Tercera Sala de Recurso de la Oami ha sostenido:

“La capacidad de una marca renombrada de trasladar la imagen determinada de un producto o servicio a otro producto o servicio confiere a terceras personas un interés por aprovecharse del valor comercial de tal renombre, en la medida en que esta utilización de la marca renombrada para productos o servicios diferentes para facilitar la promoción comercial de éstos”.

Acervo probatorio

La sociedad opositora **JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.** allego las siguientes pruebas:

¹²TY Inc. v. Ruth Perryman; 2002

¹³Asunto C-323/09 Interflora Inc Interflora British Unit contra Marks & Spencer plc Flowers Directs Online Limited.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

- Capturas de pantalla y enlace de la página web de la sociedad opositora.
- Capturas de pantalla resultados de búsqueda en el RUES de los establecimientos de la sociedad opositora.
- Captura de pantalla resultados de búsqueda en el motor de búsqueda Google de la expresión ARA.
- Certificación expedida por la señora **LADY VIVIANA LÓPEZ HUERTAS**, contadora de **JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.**, en la que hace constar los valores invertidos en publicidad de la marca entre 2016 y 2023.
- Historia de la marca **ARA**
- Estudio **Brand Equity 2023**, realizado en septiembre 2023 por **KANTAR** a 1.001 encuestados con alcance nacional, en el que se evidencia que la marca se encuentra dentro de las 2 primeras marcas en Top of Mind.
- Estudio de **Percepción de Precios y Hábitos de Compra**, realizado en diciembre 2023, con el objetivo de conocer la percepción de precio y los indicadores de conocimiento de marca de los compradores del mercado, a través de 3.709 encuestas en 18 ciudades de Colombia, evidenciándose que la marca se encuentra dentro de las preferidas por los colombianos.
- Medición de campaña huevos y leche llevada a cabo en 2023 con el objetivo de medir la recordación publicitaria general en diferentes tiendas , identificando menciones de temas/categorías de forma espontánea / Medir la efectividad de la campaña publicitaria de leche y huevos en compradores. Encuestas realizadas en Bogotá, Barranquilla y Pereira a un total de 660 personas.
- Campaña Aniversario Ara llevada a cabo en 2023. Encuestas realizadas con el objetivo de evaluar la recordación de la campaña Aniversario por sus primeros 10 años de presencia en Colombia. Encuestas realizadas en Bogotá, Barranquilla y Pereira a un total de 686 personas.
- Campaña Patrocinio Selección Femenina de Fútbol Ara. Encuestas realizadas con el objetivo de evaluar la recordación de la campaña de como patrocinador de la selección femenina de fútbol. Encuestas realizadas en Bogotá, Barranquilla, Cali, Neiva, Cúcuta y Pereira a un total de 847 personas.
- Resumen histórico de las principales campañas publicitarias de la marca entre 2019 y 2023.
- Reseña de piezas publicitarias, campañas y exposiciones de la marca , entre 2019 y 2023.
- Certificación emitida por **INTERPUBLIC COLOMBIA S.A.S**, en su calidad de Agencia de Medios, en la que consta que ha gestionado la difusión de pauta publicitaria para las campañas de entre 2019 y 2023, en TV nacional., TV por suscripción, TV regional, digital, influenciadores, radio, prensa, revistas, publicidad exterior, entre otros.
- Certificación emitida por **INTERPUBLIC COLOMBIA S.A.S**, en la que consta que esta ha obrado como proveedora de servicios relacionados con la marca.
- Certificación emitida por **MDS S.A.S.**, en la que consta que esta ha obrado como proveedora de servicios relacionados con la marca.
- Certificación emitida por **FUSION LAB COLOMBIA S.A.S.**, en la que consta que esta ha obrado como proveedora de servicios relacionados con la marca.
- Certificación emitida por **AGENCIA QUE CAMELLO S.A.S.**, en la que consta que esta ha obrado como proveedora de servicios relacionados con la marca.
- Certificación emitida por **GRAFICAS OLIMPICA S.A.S.**, en la que consta que esta ha obrado como proveedora de servicios relacionados con la marca.
- Certificación emitida por **RETAIL SOLUTIONS S.A.S.**, en la que consta que esta ha obrado como proveedora de servicios relacionados con la marca.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

- Certificación emitida por **DISTRITO FOTO VIDEO S.A.S.**, en la que consta que esta ha obrado como proveedora de servicios relacionados con la marca.
- Folletos de los diversos productos objeto de los servicios de comercialización identificados por la marca notoria, emitidos entre 2021 y 2023, en los que puede evidenciarse la diversidad de productos ofrecidos.
- Estados financieros y dictamen 2023 **JERONIMO MARTINS COLOMBIA**.
- Artículos y reconocimientos de los medios de comunicación a la marca, que sustentan la notoriedad de la marca.
 - o Artículo publicado el 10 de septiembre de 2021 por Diario La Libertad, titulado **“Cadena de tiendas se une a la Gran Alianza por la Nutrición, liderada por la primera dama y la Consejería Presidencial para la Niñez y la Adolescencia”**. <https://diariolalibertad.com/sitio/2021/09/10/tiendas-ara-se-unea-la-gran-alianza-por-la-nutricion-liderada-por-la-primera-dama-y-la-consejeriapresidencial-para-la-ninez-y-la-adolescencia/>
 - o Artículo publicado el 15 de mayo de 2023 por Pulzo.com, titulado **“Destaparon qué hay detrás de Tiendas Ara y su anunciode reducir precios en productos”**. <https://www.pulzo.com/economia/tiendas-ara-rebaja-precios-productos-revelan-que-hay-detras-decision-PP2803874A>
 - o Artículo publicado el 15 de mayo de 2023 por elcolombiano.com, titulado **“Tiendas Ara anunció rebaja de precios para más de 200 productos, ¿cuáles son?”**. <https://www.elcolombiano.com/negocios/tiendas-ara-anuncio-rebaja-deprecios-para-mas-de-200-productos-BH21408823>
 - o Artículo publicado el 15 de mayo de 2023 por w radio, titulado **“Tiendas Ara baja los precios de más de 200 productos entre 10% y 45%?”**. <https://www.wradio.com.co/2023/05/15/tiendas-ara-baja-los-precios-de-mas-de-200-productos-entre-10-y-45/>
 - o Artículo publicado el 23 de junio de 2023 por El Marketing Deportivo, titulado **“Tiendas ara se convierte en socio de las Selecciones Colombia de Fútbol Femenina desde este 2023”**. <https://elmarketingdeportivo.com/tiendas-araseleccion-colombia-femenino/>
 - o Artículo publicado el 22 de junio de 2023 por Agencia de Periodismo Investigativo, titulado **“Ara, nuevo patrocinador de la Selección Colombia Femenina”**. <https://www.agenciapi.co/noticia/deportes/ara-nuevo-patrocinadorde-la-seleccion-colombia-femenina>
 - o Artículo publicado el 28 de junio de 2023 por El Tiempo, titulado **“Tiendas ara: socio oficial de la Selección Colombia femenina”**. <https://www.eltiempo.com/contenido-comercial/tiendas-ara-socio-oficial-de-laseleccion-colombia-femenina-790907>
 - o Artículo publicado el 22 de junio de 2023 por El País, titulado **“La Selección Colombia tiene un nuevo patrocinador, que será exclusivo de los equipos femeninos”**. <https://www.elpais.com.co/deportes/la-seleccion-colombia-tiene-un-nuevo-patrocinador-que-sera-exclusivo-de-los-equipos-femeninos-2213.html>
 - o Artículo publicado el 21 de junio de 2023 por Diario AS, titulado **“Ara, nuevo patrocinador de la Selección Colombia Femenina”**. <https://colombia.as.com/futbol/ara-nuevo-patrocinador-de-la-seleccion-colombiafemenina-n/>
 - o Artículo publicado el 21 de junio de 2023 por Antena 2, titulado **“Confirman que la Selección Colombia Femenina tiene nuevo patrocinador exclusivo”**. <https://www.antena2.com/futbol/confirman-que-la-seleccion-colombia-femenina-tiene-nuevo-patrocinador-exclusivo>

La sociedad solicitante **MARCAS UNIVERSALES S.A.S.** no allegó pruebas.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

El signo solicitado es:



El cual pretende identificar los siguientes productos de la Clasificación Internacional de Niza:

(29) Aceites comestibles; aceites condimentados; aceites condimentados para uso culinario; aceites de frutos secos; aceites de frutos secos para uso culinario; aceites de lavanda para uso culinario; aceites de piñones; aceites de semillas de algodón para uso culinario; aceites de semillas de pino; aceites endurecidos [aceites hidrogenados para uso alimenticio]; aceites endurecidos para uso alimenticio; aceites endurecidos para uso culinario; aceites hidrogenados para uso alimenticio; aceites solidificados para uso alimenticio; aceites vegetales para uso alimenticio; aceites vegetales para uso culinario; aceites y grasas comestibles; aceites y grasas comestibles para ser utilizados como diluyentes culinarios; aceites y grasas para uso alimenticio; mezclas de aceites para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales; mezclas de aceites vegetales para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales para uso culinario; jamones; chorizo; quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]; aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimiento morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas).

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

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son la siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO	JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.	12121607	10	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 17,	Marca	Registrada	31 ago. 2029



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

					18, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 41, 43			
Mixta	ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO EL REBAJÓN DE PRECIOS	JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.	SD2020/0024031	11	35	Marca	Registrada	07 sept. 2030
Mixta	ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO	JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.	SD2021/0098627	11	9, 35, 36	Marca	Registrada	24 may. 2032
Mixta	ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO	JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.	SD2021/0098632	11	9, 35, 36	Marca	Registrada	24 may. 2032
Mixta	ARAJOO! QUE CARNAVAL TAN BACANO ARA ALEGRIA AL MEJOR PRECIO	JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.	SD2019/0059332	11	16, 25, 35, 41	Marca	Registrada	11 sept. 2030

Facultad oficiosa de la Administración

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.

Visto el Registro 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	ALEGRIA	GRADEZCO, LTDA.	9215546529	7	29	Marca	Registrada	26 jun. 2033
Nominativa	ALEGRIA	GRADEZCO, LTDA.	94042316	7	29	Marca	Registrada	19 feb. 2033

Los signos comparados son los siguientes:

Signo solicitado



LA ALEGRIA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO
(mixto)

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

El signo solicitado corresponde a una marca mixta, compuesta por un elemento denominativo y un elemento gráfico. Desde el punto de vista gráfico, el signo consiste en una figura circular con apariencia de un sello, en tonos dorados. En la parte central del círculo se encuentra el elemento denominativo “La Alegría”, que aparecen en mayor tamaño, en color rojo; debajo de ellas se ubica la expresión “DE IBÁÑEZ” en menor tamaño; y en la parte inferior del círculo se incorpora una franja horizontal de color rojo que contiene la expresión “AL MEJOR PRECIO” en letras blancas. Desde el punto de vista denominativo, el signo está conformado por la expresión “LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO”.

Signos opositores



(mixtos)

Por su parte, los signos opositores son de naturaleza mixta. Los signos mixtos contienen la expresión “ara” en grafía gruesa principalmente en color rojo, con caracteres en minúsculas y tamaño destacado, acompañada de un elemento figurativo consistente en un ave estilizada en combinación de colores amarillo, verde y azul. En algunos de los registros se incorpora además la expresión “ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”, así como otras expresiones promocionales tales como “EL REBAJÓN DE PRECIOS” o composiciones gráficas adicionales, todo ello dispuesto sobre fondos predominantemente en colores amarillo y naranja.

Antecedente

ALEGRIA
(nominativo)

El signo antecedente corresponde a un signo nominativo, conformado por los vocablos **ALEGRIA**.

Antecedente



(mixto)



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

El signo corresponde a una marca mixta, conformada por elementos denominativos y gráficos dispuestos dentro de un marco rectangular. Desde el punto de vista gráfico, el signo se encuentra delimitado por un recuadro de líneas simples. En la parte superior derecha se incorpora la ilustración estilizada de lo que aparenta ser una planta en trazos negros. Desde el punto de vista denominativo, el signo contiene las siguientes expresiones dispuestas en distintos niveles y tamaños tipográficos: en la parte superior izquierda aparece la frase “ACEITE VEGETAL COMESTIBLE” en letras mayúsculas de menor tamaño; en el centro se destaca la palabra “alegria” en caracteres de mayor dimensión y en tipografía gruesa, constituyéndose en el elemento visualmente predominante.

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a saber:

“(i) 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.

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- *Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- *Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

(v) 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 mercado¹⁴.

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro¹⁵”.

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina¹⁶:

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que

¹⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

¹⁵ Ibidem

¹⁶ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

i) Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

ii) Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)¹⁷.

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas¹⁸ 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.

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 signos¹⁹.

Familia de marcas

El hecho que la sociedad opositora **JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.**, incluya de forma reiterada el vocablo **ARA** en signos distintivos de su titularidad, nos hace concluir que

¹⁷ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

¹⁸ "Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014".

¹⁹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

estamos en presencia de una familia de marcas. Esta se comprende como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común en un conjunto de productos y servicios con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

La protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un término común, y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo vocablo para productos similares o relacionados, tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos y servicios que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto por la calidad que ya conoce.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

“En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión²⁰”.

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial, con el fin de proteger al titular de esta y a los consumidores.

Análisis comparativo frente a las marcas opositoras ARA

Habiéndose establecido la naturaleza de los signos en cotejo, esta Dirección debe precisar que, si bien los signos forman una conjunción de elementos que no es susceptible de ser dividida en sus partes y que debe ser analizada en su conjunto, ello no obsta para que, dentro del conjunto marcario, se analicen aquellos componentes que ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor, pues dicho análisis es necesario para determinar si los signos son susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación.

Al analizar los signos confrontados, se observa que es el elemento nominativo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios reivindicados con estos signos y debido a la fuerza natural y recordación que tienen las palabras en la mente de los consumidores.

²⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

Aunado a esto, usualmente es por medio de las palabras que el consumidor recuerda, busca, solicita o adquiere los productos o servicios identificados con una marca, por lo que no resulta extraño que en la mayoría de los casos sea este elemento el que sobresale en los conjuntos.

Ahora bien, efectuado el cotejo entre el signo solicitado **“LA ALEGRÍA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO”** (mixto) y los signos opositores **“ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”**, esta Dirección procede a realizar el análisis conforme a las reglas jurisprudenciales de comparación marcaria, esto es, desde una visión de conjunto, atendiendo a la impresión global que producen los signos en el consumidor medio.

En primer lugar, se observa que, dentro de la configuración del signo solicitado, las expresiones **“LA ALEGRÍA”** y **“AL MEJOR PRECIO”** ocupan una posición destacada y visualmente relevante, siendo precisamente tales expresiones las que captan de manera inmediata la atención del consumidor. Por el contrario, el elemento **“DE IBAÑEZ”** aparece relegado a un papel secundario dentro de la composición marcaria, tanto por su disposición como por su impacto visual y comercial.

Así mismo, la expresión **“AL MEJOR PRECIO”** coincide con los signos opositores. El consumidor medio, al enfrentarse al signo solicitado, puede asociar inmediatamente la expresión **“LA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”** con la familia marcaria utilizada por el opositor.

En ese sentido, el signo opositor **“ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”** se reproduce parcialmente dentro del signo solicitado, lo que las convierte en similares, en virtud a que la combinación predominante **“LA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”** conduce a una aproximación conceptual y comercial respecto de los signos opositores.

Desde el plano ortográfico y fonético, los signos coinciden en su estructura denominativa, se advierte que el consumidor no realiza un análisis minucioso o detallado de los signos, sino que conserva en su memoria una impresión general e imperfecta de los mismos. Bajo esa perspectiva, la reproducción parcial de las expresiones **“LA ALEGRÍA”** y **“AL MEJOR PRECIO”** dentro del signo solicitado resulta apta para generar asociación con los signos opositores, máxime cuando el componente **“DE IBAÑEZ”** del signo solicitado se encuentra en un tamaño menor respecto de los demás elementos nominativos.

En el plano conceptual, ambos signos convergen en la evocación de una idea de bienestar, satisfacción y economía asociada a precios favorables, circunstancia que incrementa el riesgo de asociación en el consumidor medio.

En este orden, apreciados los signos en su conjunto, esta Dirección considera que existen semejanzas relevantes susceptibles de generar riesgo de confusión indirecta o de asociación respecto del origen empresarial de los productos o servicios identificados, motivo por el cual se configura la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486.

Conexión competitiva de las clases solicitadas frente a las clases de los signos opositores

El signo solicitado pretende distinguir:

(29) Aceites comestibles; aceites condimentados; aceites condimentados para uso culinario; aceites de frutos secos; aceites de frutos secos para uso culinario; aceites de lavanda para uso culinario; aceites de piñones; aceites de semillas de algodón para uso culinario; aceites de semillas de pino; aceites endurecidos [aceites hidrogenados para uso alimenticio]; aceites

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

endurecidos para uso alimenticio; aceites endurecidos para uso culinario; aceites hidrogenados para uso alimenticio; aceites solidificados para uso alimenticio; aceites vegetales para uso alimenticio; aceites vegetales para uso culinario; aceites y grasas comestibles; aceites y grasas comestibles para ser utilizados como diluyentes culinarios; aceites y grasas para uso alimenticio; mezclas de aceites para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales; mezclas de aceites vegetales para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales para uso culinario; jamones; chorizo; quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]; aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimienta morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas).

Los signos opositores identifican:

Expediente

Productos y servicios

SD2021/0098632

(9): Tarjetas de crédito; Tarjetas bancarias [codificadas o magnéticas]; Tarjetas multifunción para servicios financieros; Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

(35): Asesoramiento e información sobre gestión de negocios comerciales; Servicios de comercialización; Promoción de la venta de productos y servicios de terceros mediante la concesión de puntos de compra por el uso de la tarjeta de crédito; Servicios administrativos relacionados con el registro de tarjetas de crédito; Servicios de registro de tarjetas de crédito; Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

(36): Servicios de tarjetas de crédito y de débito; Servicios de pago con tarjetas de crédito; Emisión de tarjetas de crédito; Facilitación de información relacionada con transacciones con tarjetas de crédito; Facilitación de tarjetas de crédito; Gestión de pagos en relación con tarjetas de crédito; Procesamiento de pago por tarjetas de crédito; Procesamiento de pagos por tarjeta de débito; Servicios de asesoramiento en relación con



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

tarjetas de crédito; Servicios de tarjetas bancarias; servicios bancarios; servicios financieros.

SD2021/0098627

(9): Tarjetas de crédito; Tarjetas bancarias [codificadas o magnéticas]; Tarjetas multifunción para servicios financieros; Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

(35): Asesoramiento e información sobre gestión de negocios comerciales; Servicios de comercialización; Promoción de la venta de productos y servicios de terceros mediante la concesión de puntos de compra por el uso de la tarjeta de crédito; Servicios administrativos relacionados con el registro de tarjetas de crédito; Servicios de registro de tarjetas de crédito; Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

(36): Servicios de tarjetas de crédito y de débito; Servicios de pago con tarjetas de crédito; Emisión de tarjetas de crédito; Facilitación de información relacionada con transacciones con tarjetas de crédito; Facilitación de tarjetas de crédito; Gestión de pagos en relación con tarjetas de crédito; Procesamiento de pago por tarjetas de crédito; Procesamiento de pagos por tarjeta de débito; Servicios de asesoramiento en relación con tarjetas de crédito; Servicios de tarjetas bancarias; servicios bancarios; servicios financieros.

12121607

(2): PREPARACIONES QUITAMANCHAS PARA METALES, PRESERVATIVOS PARA MADERA, PREPARACIONES PROTECTORAS PARA METALES, PINTURA AL TEMPLE, PINTURAS, TINTES PARA ZAPATOS, PINTURAS REPELENTES AL AGUA, TINTILLAS PARA MADERA, ACHIOTE [PIGMENTO], BARNIZ DE BETÚN.

(3): CHAMPÚS PARA EL PELO 3 EN 1, ADITIVOS PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, AEROSOL PARA REFRESCAR EL ALIENTO, AGENTES DE ENJUAGUE PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, AGENTES DE ENJUAGUE PARA MÁQUINAS LAVADORAS DE PLATOS, AGENTES SECANTES PARA MÁQUINAS LAVADORAS DE PLATOS, FRAGANCIAS Y PERFUMERÍA, AGUA DE LAVANDA, AGUA DE COLONIA, AGUA DE LINO AROMATIZADA, PERFUME SUAVE, AGUA AROMATIZADA, ALGODÓN HIDRÓFILO Y APLICADORES DE ALGODÓN PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, ALGODÓN

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

HIDRÓFILO PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, ALMIZCLE [PERFUMERÍA], ALMOHADILLAS LIMPIADORAS IMPREGNADAS CON COSMÉTICOS, SUAVIZANTES DE TEJIDOS PARA LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, ÁMBAR [PERFUME], AMONÍACO [ÁLCALI VOLÁTIL] [DETERGENTE], AZULANTE PARA LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, ANTITRANSPIRANTES NO MEDICADOS, AIRE ENLATADO A PRESIÓN PARA FARMACÉUTICOS DE LIMPIEZA Y QUITAR EL POLVO, AROMÁTICOS [ACEITES ESENCIALES], BANDAS ABRASIVAS, LÁPICES DE LABIOS, BENCINA QUITAMANCHAS, SODA PARA LAVAR, PARA LIMPIEZA, TORTAS DE JABÓN PARA LAVADO CORPORAL, BLANQUEADOR, CERA PARA EL BIGOTE, CERA DEPILATORIA, CERA PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, CERA PARA PULIR, CERA PARA ZAPATERÍA, CERA PARA PISOS DE MADERA, CERA ANTIDESLIZANTE PARA PISOS, CHAMPÚS, CHAMPÚS PARA MASCOTAS, CENIZA VOLCÁNICA PARA LIMPIEZA, GOMA PARA PEGAR PIEZAS DE PELO, ACONDICIONADORES PARA UÑAS, PRESERVATIVOS PARA CUERO [BETUNES], AZULANTE PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, COLORANTES PARA EXCUSADOS, COLORES PARA LAS CEJAS EN FORMA DE LÁPICES Y POLVOS, COSMÉTICOS, COSMÉTICOS DECORATIVOS, PREPARACIONES COSMÉTICAS Y DE CUIDADO PERSONAL, COSMÉTICOS Y ARTÍCULOS DE TOCADOR, COSMÉTICOS EN FORMA DE LECHES, LOCIONES Y EMULSIONES, COSMÉTICOS PARA ANIMALES, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA EL CUIDADO FACIAL, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA PESTAÑAS, COSMÉTICOS PARA LAS CEJAS, APLICADORES DE ALGODÓN PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, CREMAS BLANQUEADORAS PARA LA PIEL, CREMA CON RETINOL PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, ESPONJAS NO MEDICADAS PARA LA CARA Y EL CUERPO, CREMAS AUTOBRONCEADORAS, CREMAS BRONCEADORAS, CREMAS COSMÉTICAS, CREMAS COSMÉTICAS Y GELES PARA CARA, MANOS Y CUERPO, CREMAS COSMÉTICAS Y LOCIONES PARA EL CUIDADO DE LA CARA Y EL CUERPO, CREMAS COSMÉTICAS PARA MANOS, CREMAS COSMÉTICAS PARA AFIRMAR LA PIEL ALREDEDOR DE LOS OJOS, CREMAS COSMÉTICAS, LECHES, LOCIONES, GELES Y POLVOS PARA CARA, MANOS Y CUERPO, CREMAS COSMÉTICAS, LOCIONES Y OTRAS PREPARACIONES PARA BRONCEARSE, CREMAS PARA BAÑO, CREMAS DE BASE, CREMAS PARA QUITAR EL MAQUILLAJE, CREMAS Y LOCIONES COSMÉTICAS, CREMAS Y BETUNES PARA ZAPATOS, CREMAS Y PREPARACIONES PARA DESPUÉS DEL SOL, CREMAS BRONCEADORAS, CREMAS ACONDICIONADORAS DE LA PIEL PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, CREMAS PARA CUERO, CREMAS DE LUSTRAR, LOCIONES BLOQUEADORAS SOLARES [PARA USO COSMÉTICO], CREMAS HERBOLARIAS TÓPICAS PARA AFIRMAR Y LEVANTAR

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

LOS SENOS, HUMECTANTES ANTI-EDAD, CREMAS HUMECTANTES, LOCIONES Y GELES, CREMAS HUMECTANTES Y LIMPIADORAS, ACEITES, LOCIONES Y PREPARACIONES, CREMAS, ACEITES, LOCIONES, AEROSOLE, LÁPICES Y BÁLSAMOS PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, SOLUCIONES PARA RESTREGAR, REMOVEDORES DE CERA DE PISOS [PREPARACIONES PARA REFREGAR], GELES DENTÍFRICOS, POLVO DENTÍFRICO, DENTÍFRICO LÍQUIDO, DENTÍFRICOS Y ENJUAGUES BUCALES [NO MEDICADOS], DENTÍFRICOS, PREPARACIONES BLANQUEADORAS [DECOLORANTES] PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, DESENGRASANTES DISTINTOS DE LOS QUE SE USAN EN PROCESOS DE MANUFACTURA, PREPARACIONES PARA REMOVER DE ESCAMAS PARA USOS DOMÉSTICOS, DESODORANTES CORPORALES EN FORMA DE PÍLDORA, DESODORANTES PARA MASCOTAS, DESODORANTES PARA SERES HUMANOS O PARA ANIMALES, ALMOHADILLAS LIMPIADORAS PRE HUMEDECIDAS O IMPREGNADAS, PAÑUELOS O SERVILLETAS DE PAPEL, DUCHAS VAGINALES NO MEDICADAS, AGUA DE TACEITEETTE Y AGUA DE COLONIA, EMULSIONES, GELES Y LOCIONES PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, EXFOLIANTES DE PIEL, ESPUMAS COSMÉTICAS QUE CONTIENEN BLOQUEADORES SOLARES, ESPUMAS LIMPIADORAS PARA LA PIEL, KITS DE COSMÉTICOS, ESCAMAS PARA BAÑO, PREPARACIONES DE FRAGANCIAS PARA EL AIRE, GELES BLANQUEADORES PARA DIENTES, ENJUAGUES PARA EL CUERPO, GELES PARA LA DUCHA, CREMAS Y ACEITES, GELES PARA MASAJES DIFERENTES DE LOS QUE SE USAN PARA USOS MÉDICOS, GELES PARA REMOVER EL MAQUILLAJE, GELES PARA BAÑO Y DUCHA, NO PARA USOS MÉDICOS, GELES PARA USO COSMÉTICO, GELES, AEROSOLE, MOUSSES Y BÁLSAMOS PARA EL ARREGLO DEL PELO Y CUIDADO DEL PELO, GEL Y MOUSSE PARA EL PELO, VASELINA PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, BRILLO PARA LA CARA, BRILLO PARA LA CARA Y EL CUERPO, BRILLO PARA EL CUERPO, BRILLOS LABIALES, GRANOS LIMPIADORES FACIALES, LACA PARA EL PELO, LÁPICES PARA LAS CEJAS, LÁPICES COSMÉTICOS, LECHE DE ALMENDRAS PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, LECHE LIMPIADORA PARA FARMACÉUTICOS DE BAÑO, PAÑUELOS DE PAPEL IMPREGNADOS PARA LIMPIAR LA VAJILLA, TOALLAS DE PAPEL IMPREGNADAS CON LOCIONES COSMÉTICAS, LÍQUIDOS NO DESLIZANTES PARA PISOS, LÍQUIDOS Y POLVOS PARA FARMACÉUTICOS GENERALES DE LIMPIEZA, LUSTRADO Y ABRASIVOS, LÍQUIDOS LIMPIADORES PARA EL VIDRIO PANORÁMICO, LOCIONES PARA EL PELO, LOCIONES COSMÉTICAS PARA EL PELO, LOCIONES COSMÉTICAS PARA REDUCIR LA APARICIÓN DE MANCHAS DE EDAD Y PECAS, LOCIONES BRONCEADORAS, LOCIONES Y CREMAS PERFUMADAS PARA EL CUERPO, LOCIONES NO

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

MEDICADAS PARA LOS PIES, LOCIONES NO MEDICADAS PARA RESTAURAR EL PELO, LOCIONES PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, LOCIONES PARA DESPUÉS DE AFEITARSE, LOCIONES TÓPICAS PARA PIEL Y CUERPO, CREMAS Y ACEITES PARA USO COSMÉTICO, LOCIONES, CREMAS Y PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LA CARA, EL CUERPO, EL CUERO CABELLUDO, LAS UÑAS Y EL PELO, MAQUILLAJE, MAQUILLAJE PARA ESTUCHES COMPACTOS, PREPARACIONES DE MAQUILLAJE PARA LA CARA Y EL CUERPO, RÍMEL, MÁSCARAS DE BELLEZA, MÁSCARAS PARA LA PIEL [PARA USO COSMÉTICO], PASTAS PARA CORREAS DE AFILAR, PREPARACIONES DE REMOJO PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, MOUSSE PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, MOUSSE Y GELES PARA EL ARREGLO DEL PELO, CORRECTORES [COSMÉTICOS] CORRECTORES PARA MANCHAS E IMPERFECCIONES, ACEITE DE GAULTERIA, ACEITE DE LAVANDA, ACEITE DE ALMENDRAS, ACEITE DE JAZMÍN, ACEITE DE LAVANDA PARA USO COSMÉTICO, ACEITE DE ROSAS, ACEITES PARA BAÑO Y SALES PARA BAÑO [NO PARA USOS MÉDICOS], ACEITES PARA FARMACÉUTICOS DE LIMPIEZA, ACEITES PARA FARMACÉUTICOS DE ASEO PERSONAL, ACEITES ESENCIALES, ACEITES ESENCIALES DE MADERA DE CEDRO, ACEITES ESENCIALES DE LIMÓN, ACEITES ESENCIALES NATURALES, ACEITES ESENCIALES PARA USO DOMÉSTICO, ACEITES ESENCIALES PARA USO EN AROMATERAPIA, ACEITES PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, REFRESCANTES PARA EL ALIENTO EN FORMA DE PALITOS MASTICABLES HECHOS DE EXTRACTOS DE MADERA DE ABEDUL, PAÑOS IMPREGNADOS CON UN DETERGENTE PARA LIMPIEZA, ALMOHADILLAS LIMPIADORAS IMPREGNADAS CON PREPARACIONES PARA EL BAÑO, PAÑOS IMPREGNADOS PARA LIMPIAR, QUITAR EL POLVO O LUSTRAR, PAÑOS IMPREGNADAS CON PREPARACIONES LIMPIADORAS, PAÑOS IMPREGNADAS CON UN DETERGENTE PARA LA LIMPIEZA DE LAS GAFAS, PAÑOS IMPREGNADOS PARA LIMPIEZA, PAÑOS IMPREGNADOS PARA LUSTRAR, PAÑOS IMPREGNADOS PARA QUITAR EL POLVO, PAÑOS O TOALLAS DE PAPEL IMPREGNADAS CON UN LIMPIADOR PARA LA PIEL [PARA USO COSMÉTICO], PAPEL ABRASIVO, PAPEL DE LIJA, PAPEL ESMERILADO, PAPEL DE LUSTRAR, CREMA DE DIENTES EN FORMA DE TORTA SUAVE, CREMA DE DIENTES MEDICADA, CREMA DE DIENTES Y ENJUAGUES BUCALES [NO MEDICADOS], PASTA PARA PEINAR EL PELO, PIEDRAS DE LUSTRAR, PIEDRAS DE ALUMBRE [ASTRINGENTES], PIEDRAS SUAVIZANTES, PIEDRAS DE AFEITAR [ASTRINGENTES], PIEDRAS SUAVIZANTES PARA LOS PIES, PIEDRAS PÓMEZ ARTIFICIALES, BRONCEADOR DE PIEL, PERFUMERÍA, FRAGANCIAS E INCIENSO, DIFERENTES DE LOS PERFUMES PARA USO PERSONAL, PERFUMES, PERFUMES Y AGUA DE



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

COLONIA, PERFUMERÍA, FRAGANCIAS E INCIENSO, PERFUMES, AGUA DE COLONIA Y LOCIONES PARA DESPUÉS DE AFEITAR, PESTAÑAS FALSAS, CERA DE ZAPATERO, POLVO DE FREGAR PARA FARMACÉUTICOS GENERALES, POLVO TALCO, PARA USO HIGIÉNICO, POLVO FACIAL EN FORMA DE PAPEL RECUBIERTO DE POLVO, MAQUILLAJE EN POLVO, CERA PARA ZAPATOS, LUSTRE PARA ZAPATOS, POMADAS PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, POLVOS COSMÉTICO, CREMAS Y LOCIONES PARA LA CARA, MANOS Y CUERPO, POTPURRÍS [FRAGANCIAS], PREPARACIONES ANTI-ENVEJECIMIENTO PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA FARMACÉUTICOS DE ADELGAZAMIENTO, PREPARACIONES COSMÉTICAS Y DE BELLEZA, PREPARACIONES COSMÉTICAS FACIAL, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA PIEL SECA DURANTE EL EMBARAZO, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA RENOVACIÓN DE LA PIEL, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL Y TRATAMIENTO DE LA PIEL, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA AFIRMAR LOS SENOS, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA BAÑOS, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA EL PELO Y EL CUERO CABELLUDO, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA LA CARA Y EL CUERPO, PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA MINIMIZAR ARRUGAS PARA USO TÓPICO FACIAL, PREPARACIONES DE ALOE VERA PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS, PREPARACIONES SANITARIAS QUE SON ARTÍCULOS DE TOCADOR, PREPARACIONES LIMPIADORAS PARA USO PERSONAL, PREPARACIONES LIMPIADORAS, PARA FREGAR Y ABRASIVAS , PREPARACIONES DE BLOQUEADOR SOLAR, PREPARACIONES DE BLOQUEADOR SOLAR [PARA USO COSMÉTICO], PREPARACIONES DEPILATORIAS Y EXFOLIANTES, PREPARACIONES DESENGRASANTES, PREPARACIONES Y SUSTANCIAS PARA LIMPIAR Y LAVAR, PREPARACIONES HUMECTANTES [COSMÉTICO], PREPARACIONES NO MEDICADOS PARA FARMACÉUTICOS COSMÉTICOS PARA EL TRATAMIENTO D& PELO, PREPARACIONES NO MEDICADAS PARA EL CUIDADO DEL CUERPO, PREPARACIONES NO MEDICADAS PARA EL BAÑO, PREPARACIONES PARA HACER ONDAS Y FIJAR EL PELO, PREPARACIONES PARA LIMPIAR Y LUSTRAR LA PIEL, PREPARACIONES PARA LA LIMPIEZA, CUIDADO Y ASEO DE PELO, PREPARACIONES PARA HACER ONDAS EN EL PELO, PREPARACIONES PARA REMOVER GEL DE LAS UÑAS, PREPARACIONES PARA ANTES Y DESPUÉS DE AFEITARSE, PREPARACIONES PARA REFREGAR, LUSTRAR, FREGAR Y PREPARACIONES ABRASIVAS, PREPARACIONES PARA LA DUCHA, PREPARACIONES PARA LA DUCHA Y EL BAÑO, PREPARACIONES PARA AFEITAR Y PARA DESPUÉS DE AFEITARSE, PREPARACIONES PARA LA PROTECCIÓN DEL BRONCEADO Y PARA PROTEGER DL SOL,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

PREPARACIONES COLORANTES Y DECOLORANTES PARA EL PELO, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LA BELLEZA, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DEL PELO, NO PARA USOS MÉDICOS, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LOS LABIOS, NO MEDICADAS, PREPARACIONES NO MEDICADAS PARA EL ASEO, DIFERENTES DE LOS BAÑOS PARA ANIMALES, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LOS LABIOS, PREPARACIONES EXFOLIANTES FACIALES PARA USO COSMÉTICO, PREPARACIONES DE BRILLO PARA FRUTAS, PREPARACIONES PARA LAVADO Y BLANQUEADORAS, PREPARACIONES PARA LAVAR FRUTAS Y VEGETALES, PREPARACIONES PARA DESATASCAR DRENAJES Y FREGADEROS, PREPARACIONES PARA LIMPIAR, LUSTRAR, DESGRASAR Y ABRASIVAS, PREPARACIONES LIMPIADORAS CON UNA BASE DE SOLVENTE, PREPARACIONES LIMPIADORAS PARA CARBURADORES Y ESTRANGULADORES, PREPARACIONES LIMPIADORAS PARA HOJAS DE PLANTAS, PREPARACIONES LIMPIADORAS PARA LLANTAS Y RUEDAS DE AUTOMÓVILES, PREPARACIONES LIMPIADORAS PARA LLANTAS Y RUEDAS DE VEHÍCULOS, PREPARACIONES LIMPIADORAS PARA TEXTILES, PREPARACIONES PARA LIMPIEZA, TINCIÓN, COLORACIÓN, BLANQUEAMIENTO, FIJACIÓN Y PEINADO DE PELO, PREPARACIONES PARA LIMPIEZA, TINCIÓN, TINTURADO, BLANQUEAMIENTO, FIJACIÓN Y ONDULADO PERMANENTE DEL PELO, PREPARACIONES PARA LIMPIEZA, PROTECCIÓN Y PRESERVACIÓN DE SUPERFICIES DE VEHÍCULOS, PREPARACIONES PARA LA LIMPIEZA DEL PELO, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DEL CUERO CABELLUDO Y EL PELO, PREPARACIONES COSMÉTICA PARA EL CUIDADO DE LAS UÑAS, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DEL PELO COMPUESTAS POR ACEITE VIRGEN ORGÁNICO DE COCO Y ACEITE VIRGEN DE COCO, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO Y LA LIMPIEZA DEL PELO, PREPARACIONES PARA PERMANENTES Y FIJACIÓN DEL PELO, PREPARACIONES PARA ONDULADO Y RIZADO PERMANENTE, PREPARACIONES PARA LUSTRAR, BETUNES PARA PRÓTESIS DENTALES, PREPARACIONES PARA PROTEGER EL PELO DEL SOL, PREPARACIONES PARA QUITAR CERA DE LOS PISOS, PREPARACIONES PARA REMOVER EL COLOR DEL PELO, PREPARACIONES PARA REPARAR UÑAS, PREPARACIONES PARA TRATAR EL PELO, PREPARACIONES, INCLUIDAS CREMAS, GELES Y MOUSSES, PARA USAR ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE AFEITAR, PREPARACIONES ANTIESTÁTICA PARA USOS DOMÉSTICOS, PREPARACIONES PARA REMOVER ÓXIDO, ANTITRANSPIRANTES [ARTÍCULOS DE TOCADOR], PREPARACIONES COSMÉTICAS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, PREPARACIONES PARA DUCHAS VAGINALES O FARMACÉUTICOS DESODORANTES

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

[ARTÍCULOS DE TOCADOR], PREPARACIONES PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, BLANQUEADOR PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, PREPARACIONES LIMPIADORAS, PREPARACIONES SECADORAS-LIMPIADORAS, LIMPIADORES DE CANECAS DE BASURA QUE INCORPORAN UN NEUTRALIZANTE DE OLORES DESAGRADABLES, LIMPIADORES EN ESPUMA PARA USO PERSONAL, LIMPIADORES PARA BANDA BLANCA DE LAS LLANTAS, PREPARACIONES PARA LIMPIAR Y DAR BRILLO A LAS HOJAS DE LAS PLANTAS, LIMPIADORES PARA CANECAS DE BASURA, PREPARACIONES DE MAQUILLAJE, PERFUMERÍA, PRODUCTOS DE JABÓN, ARTÍCULOS DE TOCADOR, PREPARACIONES DEPILATORIAS, PREPARACIONES PARA LIMPIAR PRÓTESIS DENTALES, PREPARACIONES PARA LIMPIAR PAPEL DE COLGADURA, SATINADO PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, PREPARACIONES SUAVIZANTES [ALMIDONADO], PREPARACIONES PARA AFEITAR, PREPARACIONES BLANQUEADORAS PARA CUERO, PREPARACIONES PARA HACER BRILLAR LAS HOJAS DE LAS PLANTAS, PREPARACIONES PARA REMOVER MAQUILLAJE, PREPARACIONES DE BRILLO [LUSTRE], PREPARACIONES PARA FUMIGACIÓN [PERFUMES], ENJUAGUES BUCALES, NO PARA USOS MÉDICOS, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LAS UÑAS, ALMOHADILLAS PERFUMADAS PARA PERFUMAR LINOS, LUSTRADOR PARA MUEBLES Y PISOS, REFRESCANTES PARA EL ALIENTO, NO PARA USOS MÉDICOS, PREPARACIONES PARA QUITAR PINTURA, PREPARACIONES PARA REMOVER LACA, PREPARACIONES PARA REMOVER COLOR, PREPARACIONES PARA REMOVER BARNIZ, QUÍMICOS COLORANTES-BRILLADORES PARA USOS DOMÉSTICOS [LAVADO DE ¡A ROPA], BLOQUEADOR SOLAR, PROTECTOR SOLAR A PRUEBA DE AGUA, PROTECTOR SOLAR RESISTENTE AL AGUA, REPUESTOS DE FRAGANCIA PARA DISPENSADORES ELÉCTRICOS DE FRAGANCIA PARA HABITACIONES, REPUESTOS DE FRAGANCIA PARA DISPENSADORES NO ELÉCTRICOS DE FRAGANCIA PARA HABITACIONES, COLORETE LÍQUIDO, JABÓN DE ALMENDRAS, JABÓN LÍQUIDO PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, JABÓN LÍQUIDO PARA LAVAR LOS PLATOS, JABÓN LÍQUIDO PARA LAVADO CORPORAL, JABÓN PARA AFEITARSE, JABÓN, JABÓN ANTITRANSPIRANTE, JABÓN PARA LA TRANSPIRACIÓN DE LOS PIES, JABÓN PARA ABRILLANTAR TEXTILES, JABÓN DESINFECTANTE, JABÓN DESODORANTE, JABÓN MEDICADO, TORTAS DE JABÓN DE TOCADOR, JABONES DE LUFFA, ALMOHADILLAS PERFUMADAS CON FRAGANCIA PARA ALMOHADILLAS DE OJOS, ALMOHADILLAS PERFUMADAS DE POTPURRÍ QUE INCORPORAN EN ALMOHADAS DE AROMATERAPIA, SAFROL, SALES COSMÉTICAS PARA BAÑO, SALES DE BLANQUEAMIENTO, SALES PARA BAÑO,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

NO PARA USOS MÉDICOS, SELLANTES POLIMÉRICOS PARA LIMPIEZA, BRILLO Y PROTECCIÓN DE SUPERFICIES EXTERIORES DE AUTOMÓVILES, CHAMPÚS SECOS, CHAMPÚS Y ACONDICIONADORES PARA MASCOTAS [NO MEDICADOS, PREPARACIONES DE ASEO NO VETERINARIAS], CHAMPÚS NO MEDICADOS PARA MASCOTAS, CHAMPÚS ANTICASPA, SOLUCIONES DE REMOJO NO MEDICADAS PARA PIES, SODA CÁUSTICA, SODA BLANQUEADORA, CUAJOS NO MEDICADOS PARA LA PIEL, AEROSOLES ANTIESTÁTICA PARA LA PRENDAS DE VESTIR, AEROSOLES PARA EL PELO Y GELES PARA EL PELO, AEROSOLES PARA EL CUERPO QUE SE USAN COMO DESODORANTES Y FRAGANCIAS PERSONALES, AEROSOLES CON FRAGANCIA PARA REFRESCAR TEXTILES, TOALLAS DE PAPEL IMPREGNADAS CON ACEITES ESENCIALES, PARA USO COSMÉTICO, TELA DE VIDRIO, PAÑO ABRASIVO, TINTES PARA EL PELO, TINTES COSMÉTICOS, TINTES PARA LA BARBA, REMOVEDORES DE MANCHAS, TIRAS PARA REFRESCAR EL ALIENTO, PAÑITOS DESECHABLES IMPREGNADOS CON COMPUESTOS LIMPIADORES PARA USAR EN LA CARA, PAÑITOS DESECHABLES IMPREGNADOS CON QUÍMICOS LIMPIADORES O COMPUESTOS PARA HIGIENE PERSONAL, PAÑITOS DESECHABLES IMPREGNADOS CON QUÍMICOS LIMPIADORES O COMPUESTOS PARA USO INDUSTRIAL Y COMERCIAL, TONIFICANTES PARA USO COSMÉTICO, UÑAS FALSAS, BARNIZ PARA UÑAS, BARNIZ PARA UÑAS Y REMOVEDOR DE BARNIZ DE UÑAS..

(4): INICIADORES DE FUEGO, ALCOHOL METILADO, BRIQUETAS DE COMBUSTIBLE, BRIQUETAS DE CARBÓN, BRIQUETAS DE MADERA, BRIQUETAS DE TURBA [COMBUSTIBLE], CARBÓN, CARBÓN VEGETAL [COMBUSTIBLE], CERA DE ABEJA, CERA PARA CORREAS, CERA [MATERIA PRIMA], GRASA PARA BOTAS, GRASAS DE PROPÓSITO GENERAL, GRASA PARA CUERO, LEÑA, ACEITE LUBRICANTE, ACEITES Y GRASAS LUBRICANTES, ACEITE PARA LA PRESERVACIÓN DEL CUERO, ACEITE PARA MOTOR, PARAFINA, PREPARACIONES DE ACEITE DE SOYA PARA TRATAMIENTO ANTIADHERENTE DE UTENSILIOS DE COCINA, PRESERVATIVOS PARA CUERO [ACEITES Y GRASAS], PREPARACIONES PARA QUITAR & POLVO, TIRAS DE PAPEL PARA ALUMBRADO, MECHAS DE LÁMPARA, PABILOS PARA VELAS, VELAS PARA EL ÁRBOL DE NAVIDAD, VELAS PERFUMADAS, VELAS..

(5): ABRASIVOS DENTALES, ADHESIVOS PARA PRÓTESIS DENTALES, ADHESIVOS PARA USO DENTAL Y ODONTOLÓGICO, ADITIVOS NUTRICIONALES PARA USOS MÉDICOS PARA USAR EN ALIMENTOS Y SUPLEMENTOS NUTRICIONALES PARA CONSUMO HUMANO, AGUA DE PLOMO, AGUA DE MAR PARA BAÑOS MEDICINALES, AGUA ENRIQUECIDA CON VITAMINAS [PARA USO MÉDICO], AGUA ENRIQUECIDA CON

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

NUTRIENTES [PARA USO MÉDICO], ALCOHOL MEDICINAL, ALGODÓN ANTISÉPTICO, ALGODÓN ASÉPTICO, ALGODÓN PARA USOS MÉDICOS, ALGODÓN ABSORBENTE, ALGODÓN PARA USOS MÉDICOS, ALIMENTOS ALBÚMINAOSOS PARA USOS MÉDICOS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS ENRIQUECIDOS DIETÉTICA Y NUTRICIONALMENTE ADAPTADOS PARA USOS MÉDICOS, ALIMENTOS DIETÉTICOS PARA ANIMALES PARA USOS MÉDICOS, ALIMENTOS DIETÉTICOS ADAPTADOS PARA USOS MÉDICOS, ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA USOS MEDICINALES, ALIMENTO PARA BEBÉS, ALIMENTOS PARA INDIVIDUOS CON REQUERIMIENTOS DIETARIOS ESPECIALES EXIGIDOS POR TRATAMIENTOS MÉDICOS, ALIMENTOS LIBRES DE GLUTEN ADAPTADOS PARA USOS MÉDICOS, PAÑALES DESECHABLES PARA INCONTINENTES, ALMIDÓN PARA FARMACÉUTICOS DIETÉTICOS, ALMIDÓN PARA FARMACÉUTICOS DIETÉTICOS O FARMACÉUTICOS, ANALGÉSICOS, ANILLOS PARA LOS CALLOS DE LOS PIES, ANTIMICÓTICOS VAGINALES, ANTISÉPTICOS, CONTRAVENENOS, ARTÍCULOS PARA DOLOR DE CABEZA, VENDAJES, BÁLSAMOS ANALGÉSICOS MEDICADOS MÉDICOS MULTIPROPÓSITO, EMPLASTOS ANTIINFLAMATORIOS, PREPARACIONES PARA BAÑO, DUCHAS VAGINALES MEDICADAS, BARRAS DE REEMPLAZO DE COMIDAS [PARA USO MÉDICO], BATIDOS DE REEMPLAZO DE COMIDAS [PARA USO FARMACÉUTICO Y MÉDICO], BEBIDAS DE REEMPLAZO DE COMIDAS [PARA USO MÉDICO], SUPLEMENTOS NUTRICIONALES LÍQUIDOS PARA CONSUMO HUMANO EN MEZCLA LÍQUIDA Y SECA PARA USOS TERAPÉUTICOS, BEBIDAS DIETÉTICAS ADAPTADAS PARA USOS MÉDICOS, BEBIDAS Y ALIMENTOS MEDICADOS, BEBIDAS Y PREPARACIONES MEDICADAS PARA HACER ESAS BEBIDAS, BEBIDAS ENRIQUECIDAS CON VITAMINAS [PARA USO MÉDICO], BICARBONATO DE SODA PARA USOS FARMACÉUTICOS, ESTUCHES DE MEDICAMENTOS, PORTÁTILES, RELLENOS, ALCANFOR PARA USOS MÉDICOS, CÁPSULAS HERBOLARIAS PARA REFORZAR LA MASCULINIDAD, CÁPSULAS DE ACEITE DE HÍGADO DE BACALAO, TÉ REDUCTOR PARA USOS MÉDICOS, TÉ PARA ASMÁTICOS, TÉ MEDICINAL, CIGARRILLOS SIN TABACO PARA USOS MÉDICOS, CINTURONES PARA TOALLAS HIGIÉNICAS [TOALLAS], CUELLOS ANTIPARASITARIOS PARA ANIMALES, TABLETAS SANITARIAS PARA EL LAVADO DE LA PRENDAS DE VESTIR, CONFITERÍA, ANTICONCEPTIVOS QUÍMICOS MEDICADOS, CREMAS HERBOLARIAS PARA USOS MÉDICOS, LIMPIADORES DESINFECTANTES PARA BAÑO, LIMPIADORES DESINFECTANTES PARA LA TAZA DEL SANITARIO, DESINFECTANTES PARA USOS HIGIÉNICOS, DESODORIZANTES PARA CANECAS DE BASURA, DESODORANTES PARA PRENDAS DE VESTIR Y TEXTILES, DIGESTIVOS PARA USOS FARMACÉUTICOS, DUCHAS VAGINALES MEDICADAS, EMPLASTOS

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

ANTIINFLAMATORIOS ANALGÉSICOS, EMPLASTOS DE MOSTAZA, EMPLASTOS PARA USOS MÉDICOS, HIERBAS MEDICINALES, EMPLASTO ADHESIVO, EXTRACTOS DE PLANTAS Y HIERBAS PARA USOS MEDICINALES, EXTRACTOS DE TABACO [INSECTICIDAS], HARINA LÁCTEA PARA BEBÉS, FIBRA PULVERIZADA DE SEMILLA DE LINO PARA USAR COMO SUPLEMENTO NUTRICIONAL [PARA USO MÉDICO], FIBRA (DIETARA-), CINTAS ADHESIVAS PARA USOS MÉDICOS, PROTECTORES DIARIOS [SANITARIOS], PAÑALES DESECHABLES PARA INCONTINENCIA, PAÑALES DESECHABLES PARA ADULTOS, COMPRESAS PARA INCONTINENTES, PAÑALES [PAÑALES PARA BEBÉ], PAÑAL PANTALÓN PARA BEBÉ [PAÑAL PANTALÓN], FUNGICIDAS, GÁRGARAS [PARA USO MÉDICO], GASA PARA VENDAJES, GELES ANTIBACTERIANOS, GELES ANTIINFLAMATORIOS, GELES MEDICADOS PARA EL CEPILLO PARA EL CUIDADO ORAL, GELES MEDICADOS PARA EL CUIDADO ORAL, GELES TÓPICOS DE PRIMEROS AUXILIOS, GELATINA PARA USOS MÉDICOS, JALEA REAL PARA USOS FARMACÉUTICOS, GERMICIDAS, GOMA DE MASCAR PARA USOS MÉDICOS, GOMA PARA USOS MÉDICOS, INCIENSO REPELENTE DE INSECTOS, INFUSIONES MEDICINALES, INSECTICIDAS, REPELENTE DE INSECTOS, LODO MEDICINAL, LODO PARA BAÑOS, MERIENDAS DE REEMPLAZO DE COMIDAS [PARA USO MÉDICO], LÁPICES PARA VERRUGAS, LÁPICES CÁUSTICOS, LÁPICES PARA EL DOLOR DE CABEZA, ENJUAGUE NASAL, DUCHAS VAGINALES MEDICADAS, LAXANTES, LECHE DE ALMENDRAS PARA USOS FARMACÉUTICOS, BEBIDAS DE LECHE MALTEADA PARA USOS MÉDICOS, TOALLAS DE PAPEL IMPREGNADAS CON LOCIONES FARMACÉUTICAS, APÓSITOS HIGIÉNICOS, APÓSITOS PARA VENDAJES, LIMPIADORES MEDICADOS PARA LA PIEL Y LAS HERIDAS, LOCIONES ANTIBACTERIANAS PARA LAS MANOS, LOCIONES PARA PROTECCIÓN CONTRA PLANTAS VENENOSAS, LOCIONES Y CREMAS MEDICADAS PARA CUERPO, PIEL, CARA, Y MANOS, LOCIONES MEDICADAS PARA LA PAÑALITIS, LOCIONES MEDICADAS PARA EL PELO, LOCIONES PARA PERROS, LOCIONES PARA USOS FARMACÉUTICOS, LOCIONES PARA USOS VETERINARIOS, LUBRICANTES PARA LA PIEL PARA ATLETAS PARA PREVENIR ESCORIACIONES DE LA PIEL, LUBRICANTES PERSONALES A BASE DE SILICONA, LUBRICANTES SEXUALES PERSONALES, MENTOL, MEZCLAS BEBIBLES DIETÉTICAS PARA USAR COMO REEMPLAZOS DE COMIDAS [PARA USO MÉDICO], MEZCLAS DE BEBIDAS PARA REEMPLAZOS DE COMIDAS [PARA USOS MÉDICOS], MEZCLAS DE BEBIDAS DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES EN POLVO [PARA USO MÉDICO], MEZCLA DE BEBIDA DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES EN POLVO CON SABOR A FRUTAS [PARA USO MÉDICO], NÉCTARES DIETÉTICOS DE FRUTAS Y BEBIDAS DE ZUMOS DE FRUTAS ADAPTADOS

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

PARA USOS MÉDICOS, NÉCTARES DE FRUTAS DIETÉTICOS Y PARA DIABÉTICOS Y BEBIDAS DE ZUMOS DE FRUTAS ADAPTADAS PARA USOS MÉDICOS, NÉCTARES DE FRUTAS PARA DIABÉTICOS Y BEBIDAS DE ZUMOS DE FRUTAS ADAPTADAS PARA USOS MÉDICOS, ACEITE DE HÍGADO DE BACALAO, ACEITE DE MOSTAZA PARA USOS MÉDICOS, ACEITES CONTRA LOS TÁBANOS, ACEITES MEDICINALES, PAN ENRIQUECIDO CON VITAMINAS PARA USOS TERAPÉUTICOS, PAN PARA DIABÉTICOS ADAPTADO PARA USO MÉDICO, PAPEL CONTRA POLILLAS, PAPEL ATRAPAMOSCAS, PAPEL PARA EMPLASTOS DE MOSTAZA, PARASITICIDAS, PASTA ADHESIVA PARA ATRAPAR Y MATAR RATONES, GOMA DE NICOTINA PARA USAR COMO AYUDA PARA DEJAR DE FUMAR, TROCISCOS PARA LA GARGANTA, TOALLAS SANITARIAS, PÍLDORAS BRONCEADORAS, PÍLDORAS ADELGAZANTES, PÍLDORAS SUPRESORAS DEL APETITO, BEBIDAS MEDICINALES, POLEN DE ABEJAS PARA USAR COMO SUPLEMENTO NUTRICIONAL ALIMENTICIO [PARA USO MÉDICO], CREMA ANTIBIÓTICA MEDICADA MULTIPROPÓSITO, POMADA BÁLSAMO ANALGÉSICA Y POMADA MENTOLADA, UNGÜENTOS HERBOLARIOS PARA LESIONES DE PIEL PARA MASCOTAS, UNGÜENTOS HERBOLARIOS PARA EL PRURITO Y LESIONES DE PIEL PARA MASCOTAS, UNGÜENTOS HERBOLARIOS PARA EL PRURITO PARA MASCOTAS, UNGÜENTOS ANTIINFLAMATORIOS, POMADAS MENTOLADAS MEDICADAS MULTIPROPÓSITO, UNGÜENTOS MEDICADOS PARA LA PAÑALITIS, UNGÜENTOS PARA TRATAR LA PAÑALITIS, POMADAS PARA USOS MÉDICOS, POMADAS MEDICADAS, GELES Y AEROSOLES PARA TRATAR TIRONES EN MÚSCULOS Y TENDONES Y DESGARROS MUSCULARES, PREPARACIONES DE VAPOR DE MENTOL PARA EL BAÑO PARA BEBÉS, PREPARACIONES DE ALOE VERA PARA USOS FARMACÉUTICOS, PREPARACIONES MEDICADAS PARA BAÑO PARA USO TERAPÉUTICO, PREPARACIONES MEDICADAS PARA AFEITAR, PREPARACIONES DE CAFEÍNA PARA USO ESTIMULANTE, PREPARACIONES DESINFECTANTES Y DESODORIZANTES PARA TODO PROPÓSITO, PREPARACIONES DE DUCHAS PARA USOS MÉDICOS, PREPARACIONES EN AEROSOL NASAL Y ORAL PARA USAR COMO ESTIMULANTES DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL, PREPARACIONES MEDICADAS EN AEROSOL NASAL, PREPARACIONES DE VITAMINA, PREPARACIONES DE VITAMINAS Y MINERALES, PREPARACIONES PARA DESODORIZAR EL AIRE, PREPARACIONES Y SUSTANCIAS VITAMINADAS, PREPARACIONES EN FORMA DE GRÁNULOS Y LÍQUIDOS PARA CONTROLAR Y REMOVER MUSGO, PREPARACIONES EN FORMA DE POLVO PARA CONTROLAR Y REMOVER MUSGO, PREPARACIONES FARMACÉUTICAS ANTITUSIVAS PARA EL RESFRIADO, PREPARACIONES FARMACÉUTICAS Y MÉDICAS PARA TRATAR LESIONES DEPORTIVAS, PREPARACIONES Y



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

SUSTANCIAS FARMACÉUTICAS QUE TIENEN PROPIEDADES ANTIINFLAMATORIAS, ANTIPIRÉTICAS Y ANALGÉSICAS, PREPARACIONES Y SUSTANCIAS FARMACÉUTICAS PARA EL TRATAMIENTO DE DAÑOS EN PIEL Y TEJIDO, PREPARACIONES FARMACÉUTICAS PARA EL RESFRIADO, FARMACÉUTICAS PARA REGULAR EL SISTEMA PREPARACIONES FARMACÉUTICAS PARA LA TOS, FARMACÉUTICAS PARA ACTIVAR LA FUNCIÓN CELULAR, FARMACÉUTICAS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD, FARMACÉUTICAS PARA USOS ODONTOLÓGICOS, FARMACÉUTICAS PARA TRATAR LA RINITIS ALÉRGICA, FARMACÉUTICAS PARA TRATAR ALERGIAS, PREPARACIONES PARA EL TRATAMIENTO DE ENFERMEDADES DIGESTIVAS, FARMACÉUTICAS PARA TRATAR Y PREVENIR ENFERMEDADES DE LA PIEL Y LAS UÑAS, PREPARACIONES FARMACÉUTICAS PARA USAR EN DESALENTAR EL HÁBITO DE FUMAR, PREPARACIONES FARMACÉUTICAS PARA USO HUMANO, PREPARACIONES FARMACÉUTICAS, VETERINARIAS Y SANITARIAS, PREPARACIONES FARMACOLÓGICAS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, PREPARACIONES II VITRO PARA PREDECIR LA OVULACIÓN, PREPARACIONES MEDICADAS PARA EL CUIDADO DEL PELO, PREPARACIONES MEDICADAS PARA PREVENIR LOS HÁBITOS DE COMERSE LAS UÑAS Y CHUPAR DEDO, PREPARACIONES MEDICADAS PARA EL TRATAMIENTO DE LA PIEL, PREPARACIONES MEDICADAS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, PREPARACIONES MEDICADAS PARA EL CUIDADO DE LOS LABIOS, PREPARACIONES MEDICADAS PARA EL ASEO, PREPARACIONES MÉDICAS PARA USOS DE ADELGAZAMIENTO, PREPARACIONES MEDICINALES, PREPARACIONES MEDICINALES PARA EL CUIDADO DE LA SALUD, PREPARACIONES MEDICINALES PARA LA BOCA, PREPARACIONES MEDICINALES PARA LA BOCA EN FORMA DE GOTAS, CÁPSULAS, TABLETAS O COMPRIMIDOS, PREPARACIONES MEDICINAL PARA HACER CRECER EL PELO, PREPARACIONES PARA HACER BEBIDAS DIETÉTICAS O MEDICADAS, PREPARACIONES PARA LIMPIARSE LAS MANOS, PREPARACIONES PARA LIMPIAR HUEVOS, PREPARACIONES EN FORMA DE ENEMA, PREPARACIONES PARA PREVENIR MASTICACIÓN O MORDEDURA DE ANIMALES, PREPARACIONES A FACILITAR LA ERUPCIÓN DE LOS DIENTES, SOLUCIONES PARA LAVAR PARA OJOS, PREPARACIONES PARA MATAR MOSQUITOS PARA APLICAR A MOSQUITEROS, PREPARACIONES NEUTRALIZADORAS DE OLORES PARA PRENDAS DE VESTIR Y TEXTILES, PREPARACIONES PARA EL TRATAMIENTO DE LA TOS, PREPARACIONES PARA EL TRATAMIENTO DEL ACNÉ, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LA PIEL PARA USOS MÉDICOS, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LAS UÑAS PARA USOS MÉDICOS, PREPARACIONES PARA EL CUIDADO DE LOS PIES PARA USOS MÉDICOS, PREPARACIONES EN AEROSOL NASAL, PREPARACIONES PARA REPELER

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

ANIMALES, PÁJAROS Y INSECTOS, PREPARACIONES PARA EL TRATAMIENTO DE LA MIGRAÑA, PREPARACIONES PARA EL TRATAMIENTO DE LAS NÁUSEAS, PREPARACIONES PARA TRATAMIENTO GASTROINTESTINAL, PREPARACIONES DE PROBIÓTICOS PARA USO MÉDICO PARA AYUDAR A MANTENER EL BALANCE NATURAL DE LA FLORA EN EL SISTEMA DIGESTIVO, PREPARACIONES PURGANTES, PREPARACIONES DESINFECTANTES PARA USO DOMÉSTICO, PREPARACIONES SANITARIAS PARA HIGIENE PERSONAL, DIFERENTES DE ARTÍCULOS DE TOCADOR, PREPARACIONES TERAPÉUTICAS PARA EL BAÑO, PREPARACIONES DE CAL PARA USOS FARMACÉUTICOS, UNGÜENTOS PARA QUEMADURAS SOLARES, PREPARACIONES CONTRA POLILLAS, PREPARACIONES PARA SABAÑONES, PREPARACIONES PARA QUEMADURAS SOLARES PARA USOS FARMACÉUTICOS, PREPARACIONES PARA CALLOSIDADES, REMEDIOS PARA LOS CALLOS, LIMPIADORES ANTIBACTERIANOS, PREPARACIONES Y SUSTANCIAS DIETÉTICAS ADAPTADAS PARA USOS MÉDICOS,. PREPARACIONES FARMACÉUTICAS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL, PREPARACIONES PARA DESTRUIR MOSCAS, PREPARACIONES LIMPIADORAS PARA LENTES DE CONTACTO, PREPARACIONES PURIFICADORAS DE AIRE, PREPARACIONES REFRESCANTES DE AIRE, SOLUCIONES PARA LAVAR ANIMALES, SOLUCIONES PARA LAVAR PERROS, SOLUCIONES PARA LAVAR EL GANADO, ENJUAGUES BUCALES PARA USOS MÉDICOS, REFRESCANTES Y ELIMINADORES DE OLORES PARA ALFOMBRAS, PREPARACIONES PARA E TRATAMIENTO DE QUEMADURAS, PREPARACIONES QUÍMICAS PARA EL DIAGNÓSTICO DE EMBARAZO, PROTEÍNA DE SOYA PARA USAR COMO SUPLEMENTO NUTRICIONAL EN VARIAS BEBIDAS EN POLVO Y LISTAS PARA TOMAR [PARA USO MÉDICO], DULCES ENRIQUECIDOS CON CALCIO [PARA USOS MÉDICOS], REPUESTOS PARA REFRESCANTES DE AIRE, TÓNICOS [MEDICINAS], MEDICINAS PARA ALIVIAR EL ESTREÑIMIENTO, REPELENTE DE INSECTOS EN FORMA DE VELA, REPELENTE DE INSECTOS EN FORMA DE ACEITE PARA LÁMPARA, REPELENTE DE AVES, REPELENTE DE MOSQUITOS PARA APLICAR A LA PIEL, SUBPRODUCTOS DEL PROCESAMIENTO DE LOS CEREALES PARA USOS DIETÉTICOS O MÉDICOS, SALES DE AGUA MINERAL, SALES PARA BAÑO PARA USOS MÉDICOS, SALES PARA BAÑOS DE AGUA MINERAL, SOLUCIONES PARA LENTES DE CONTACTO, AEROSOL PARA REFRESCAR EL AIRE, AEROSOL ANTIINFLAMATORIOS, AEROSOL HERBOLARIOS MEDICINALES Y CREMAS HERBOLARIAS PARA USO EXTERNO EN EL CUERPO, SUSTANCIAS AROMÁTICAS PARA EL ALIVIO DEL DOLOR DE CABEZA, INSOMNIO Y MOLESTIAS DE LOS SENOS PARANASALES INCORPORADAS A ALMOHADILLAS DE OJOS, SUSTANCIAS DIETÉTICAS COMPUESTAS POR

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

VITAMINAS, MINERALES Y ELEMENTOS TRAZA, Y SEA INDIVIDUALMENTE O EN COMBINACIÓN, SUSTANCIAS DIETÉTICAS COMPUESTAS POR VITAMINAS, MINERALES, AMINOÁCIDOS Y ELEMENTOS TRAZA, SUSTANCIAS DIETÉTICAS ADAPTADOS PARA USO MÉDICO, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE GERMEN DE TRIGO, SUPLEMENTOS Y SUSTANCIAS ALIMENTICIAS DIETÉTICAS PARA USOS MÉDICOS, SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS DIETÉTICOS PARA USOS MÉDICOS, SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS MINERALES, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES NATURALES PARA TRATAMIENTO DE LA CLAUSTROFOBIA, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES PARA CONSUMO HUMANO [PARA USO MÉDICO], SUPLEMENTOS NUTRICIONALES PARA CONTROLAR EL COLESTEROL, SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS PARA USOS MEDICINALES, SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS PARA USOS MÉDICOS, COMPUESTOS POR AMINOÁCIDOS, MINERALES O ELEMENTOS TRAZA, SUPLEMENTO VITAMÍNICOS EN FORMA DE TABLETA PARA USAR PARA HACER UNA BEBIDA EFERVESCENTE CUANDO SE LE AÑADE AGUA, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE JALEA REAL, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE GLUCOSA, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE POLEN, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE PROPÓLEOS, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE PROTEÍNA, SUPLEMENTOS NUTRICIONALES, TAMPONES HIGIÉNICOS, TOALLAS HIGIÉNICAS, PALITOS DE FUMIGACIÓN, VELAS PARA TERAPIA TERMOAURICULAR, VENENO PARA RATAS, VENENOS, VENENOS BACTERIANOS, BARRAS DE VITAMINAS Y MINERALES PARA USOS MÉDICOS, SUPLEMENTOS DIETÉTICOS ALIMENTICIOS DE VITAMINAS PARA ANIMALES.

(6): METALES COMUNES Y SUS ALEACIONES;MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN METÁLICOS;CONSTRUCCIONES TRANSPORTABLES METÁLICAS;MATERIALES METÁLICOS PARA VÍAS FÉRREAS;CABLES NO ELÉCTRICOS Y ALAMBRES DE METAL COMUNES;ARTÍCULOS DE FERRETERÍA Y PEQUEÑOS ELEMENTOS DE FERRETERÍA METÁLICA;TUBOS Y TUBOS METÁLICOS;CAJAS FUERTES;ARTÍCULOS DE METAL COMÚN NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES;MINERALES..

(7): MÁQUINAS Y MÁQUINAS HERRAMIENTAS;MOTORES (EXCEPTO MOTORES PARA VEHÍCULOS TERRESTRES);ACOPLAMIENTOS Y COMPONENTES DE TRANSMISIÓN (EXCEPTO PARA VEHÍCULOS TERRESTRES);INSTRUMENTOS AGRÍCOLAS QUE NO SEAN MANUALES;INCUBADORAS DE HUEVOS..

(8): HOJAS DE AFEITAR, ESMERILES PARA UÑAS, LIMAS PARA UÑAS, LIMAS PARA UÑAS, ELÉCTRICAS, AFEITADORAS ELÉCTRICAS O NO ELÉCTRICAS,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

MAQUINILLAS PARA EL PELO PARA USO PERSONAL, ELÉCTRICAS Y NO ELÉCTRICAS, MAQUINILLAS PARA LA BARBA, MAQUINILLAS PARA EL PELO PARA ANIMALES [INSTRUMENTOS MANUALES], CAJAS DE CLAVOS [HERRAMIENTAS MANUALES], CUCHILLOS DE PICAR [HERRAMIENTAS MANUALES], CORTAÚÑAS, ASPERSORES DE INSECTICIDA [HERRAMIENTAS MANUALES], CUCHILLERÍA, TENEDORES Y CUCHARAS, TIJERAS.

(9): ADAPTADORES DE ESTÉREO PARA AUTOMÓVILES, ALISADORES DE PELO, ELÉCTRICOS, RADIOS PARA VEHÍCULOS, RULOS PARA EL PELO CALENTADOS ELÉCTRICAMENTE, BATERÍAS PARA ILUMINACIÓN, BATERÍAS ELÉCTRICAS, BATERÍAS PARA LINTERNAS DE BOLSILLO, CAJAS DE BATERÍAS, CARGADORES DE BATERÍAS, TARJETAS SIM, COREAS PARA GAFAS, CORREAS PARA GAFAS Y GAFAS DE SOL, TIRAS PARA GAFAS DE SOL O GAFAS, CORREAS PARA CELULAR, BATERÍAS ALCALINAS SECAS, BATERÍAS ALCALINAS DE ZINC Y BIÓXIDO DE MANGANESO, BATERÍAS Y CELDAS, BATERÍAS GALVÁNICAS, BATERÍAS SOLARES.

(10): APARATOS E INSTRUMENTOS QUIRÚRGICOS, MÉDICOS, DENTALES Y VETERINARIOS, MIEMBROS, OJOS Y DIENTES ARTIFICIALES; ARTÍCULOS ORTOPÉDICOS; MATERIAL DE SUTURA; CONDONES.

(11): SECADORES DE PELO [SECADORES], TOSTADORAS, UTENSILIOS DE COCINA ELÉCTRICOS, VENTILADORES [AIRE ACONDICIONADO], VENTILADORES ELÉCTRICOS PARA USO PERSONAL, VENTILADORES.

(12): BICICLETAS, CICLOMOTORES, CAMPANAS PARA BICICLETAS, BICICLETAS, CAPOTAS PARA MOTORES DE VEHÍCULOS, CAPOTAS PARA VEHÍCULOS, CAPOTAS PARA AUTOMÓVIL, CARRITOS DE COMPRA [CARRITOS DE MERCADO], MOTOCICLETAS, TRICICLOS.

(14): JOYEROS DE METAL, JOYEROS DE CUERO, ESTUCHES PARA RELOJES, ESTUCHES PARA RELOJES DE PARED, LLAVEROS, LLAVEROS DE CUERO, LLAVEROS DE METAL, LLAVEROS, NO DE METAL, ESTUCHES PARA JOYAS [COFRECHITOS], ESTUCHES PARA RELOJES [PRESENTACIÓN], CUELLOS [JOYERÍA], JUEGOS DE MONEDAS MONETARIAS COLECCIONABLES, COPAS ESTATUARIAS CONMEMORATIVAS HECHAS DE METALES PRECIOSOS, CRONÓMETROS, ESTUCHES PARA RELOJERÍA, HILO DE ORO [JOYERÍA], HILO DE PLATA, PISACORBATAS, GARGANTILLAS, LLAVEROS DE CUERO, LLAVEROS [DIJES O LEONTINAS], LLAVEROS DE IMITACIÓN CUERO, LLAVEROS DE METAL, LLAVEROS DE METAL COMÚN, LLAVEROS NO DE METAL, BRAZALETE [JOYERÍA], CORREAS PARA RELOJ, RELOJES

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

DESPERTADORES, RELOJES, RELOJES DE PARED, RELOJES DE PARED Y RELOJES ELÉCTRICOS, RELOJES DE VESTIR, RELOJES DE PULSO.

(16): ADHESIVOS [GOMAS] PARA ÚTILES DE ESCRITORIO O USOS DOMÉSTICOS, PLANIFICADORES DE ESCRITORIO, ÁLBUMES, ÁLBUMES DE FOTOS, ALMANAQUES, ANUARIOS ESCOLARES, ÚTILES DE ESCRITORIO, MATERIALES DE DIBUJO, MATERIALES DE ENCUADERNACIÓN, MATERIALES PARA ESCRITURA, ÚTILES DE OFICINA, EXCEPTO MUEBLES, LIBRETAS PARA PASAPORTE, CUADERNOS, CUADERNOS DE PAPEL, ESTUCHES PARA PLUMAS, CALENDARIOS, CALENDARIOS DE PARED, CARPETAS PARA PAPELES, TARJETAS*, AFICHES, TARJETAS DE FELICITACIÓN, TARJETAS DE PRESENTACIÓN [ÚTILES DE ESCRITORIO], TARJETAS INFORMATIVA IMPRESAS, GOMA ESCARCHADA PARA USAR EN ÚTILES DE ESCRITORIO, PASTA DE ALMIDÓN [ADHESIVO] PARA ÚTILES DE ESCRITORIO O USOS DOMÉSTICOS, GOMA PARA ÚTILES DE ESCRITORIO O USOS DOMÉSTICOS, PLUMAS FUENTE, PERIÓDICOS, LÁPICES, LÁPICES DE CARBÓN VEGETAL, PAPEL *, PAPIER MÂCHÉ, PAPEL DE ESCRIBIR, PAPEL HIGIÉNICO, PAPEL DE COPIA [ÚTILES DE ESCRITORIO], PAPEL PARA ENVOLVER ALIMENTOS, FORROS DE PAPEL PARA CAJONES, PERFUMADOS O NO, PORTALÁPICES, PORTALÁPICES DE PLOMO, PUBLICACIONES IMPRESAS, ÓRGANOS CASEROS, REVISTAS [PUBLICACIONES PERIÓDICAS], REVISTAS ESPECIALIZADAS, REVISTAS GENERALES, PERFORADORAS [ÚTILES DE OFICINA], BOLSAS [SOBRES, BOLSAS] DE PAPEL O PLÁSTICOS, PARA EMPAQUES, BOLSAS DE BASURA DE PAPEL O DE PLÁSTICO, BOLSAS PARA REGALO DE PAPEL O PLÁSTICO, BOLSAS PARA LAS GOLOSINAS DE LA NOCHE DE BRUJAS DE PAPEL O PLÁSTICO, BOLSAS DE PLÁSTICO O PAPEL PARA EMPAQUES DE MERCANCÍA [SOBRES, BOLSAS], BOLSAS DE PLÁSTICO PARA LA COMPRA, BOLSAS DE PLÁSTICO PARA COCINAR EN EL HORNO, BOLSAS DE ABARROTES EN PAPEL O PLÁSTICO, BOLSAS PARA COCINAR EN EL MICROONDAS, BOLSAS DE PAPEL O PLÁSTICO PARA LLEVAR EL ALMUERZO, BOLSAS DE PAPEL O PLÁSTICO PARA GOLOSINAS DE FIESTA, BOLSAS DE PLÁSTICO PARA EMPACAR HIELO, BOLSAS DE PAPEL O PLÁSTICO PARA SÁNDWICHES, TOALLAS DE PAPEL PARA LA CARA, SERVILLETAS DE PAPEL PARA LA MESA, TOALLAS DE PAPEL PARA LA MESA, TOALLAS DE PAPEL, LIMPIONES DE PAPEL, ALMOHADILLAS DE PAPEL PARA CAMBIAR PAÑALES, PAÑITOS DESECHABLES DE PAPEL O CELULOSA ALMOHADILLAS DE PAPEL, NO IMPREGNADAS CON QUÍMICOS O COMPUESTOS..

(17): COMPUESTOS SELLANTES PARA JUNTAS, BOLSAS [SOBRES, BOLSAS] DE CAUCHO, PARA EMPAQUES.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

(18): MARCOS PARA BOLSO DE MANO, NERVADURAS PARA SOMBRILLA O PARAGUAS, BOLSOS, BOLSAS DE CARGAR PARA TODO PROPÓSITO, BOLSAS DE COMPRA REUTILIZABLES, BOLSAS DE COMPRAS EN LONA, BOLSAS TEJIDAS, BOLSAS TEJIDAS, NO DE METALES PRECIOSOS, BOLSOS DE MALLA METÁLICA, BOLSAS DE ASEO DE MATERIAL TEXTIL [VACÍAS], BOLSAS DE ASEO DE MATERIAL TEXTIL [VACÍAS], BOLSAS DE JOYERÍA DE MATERIAL TEXTIL [VACÍAS], CARGADORES DE BEBÉ EN FORMA DE BOLSA, LLAVEROS DE CUERO O IMITACIÓN CUERO, IMITACIÓN CUERO, BILLETERAS DE BOLSILLO, BILLETERAS PARA TARJETAS DE CRÉDITO DE CUERO, BILLETERAS DE METALES PRECIOSOS, ESTUCHES PARA TARJETAS DE PRESENTACIÓN, SOMBRILLAS, PARASOLES, FUSTAS, CORDONES (CUERO), LLAVEROS, ESTUCHES VACÍOS PARA LÁPIZ DE LABIOS [EN CUERO], MALETAS, VALIJAS, MALETAS EN CUERO, MORRALES PARA LIBROS ESCOLARES, BOLSA DE EFECTOS PERSONALES PARA PRENDAS DE VESTIR DEPORTIVA, ESTUCHES PULLMAN, MALETINES DE CUERO, MALETINES DE IMITACIÓN CUERO, MALETINES, MOCHILAS, MOCHILAS SOBRE RUEDAS, MACUTOS, MOLESKIN [IMITACIÓN DE CUERO], PORTAFOLIOS, MALETA ESCOLAR, MANIJAS PARA MALETAS, BOLSAS DE RED PARA LA COMPRA, TULAS DE VIAJE, BOLSAS Y TULAS PARA PRENDAS DE VESTIR DEPORTIVA, BOLSAS DE CUERO PARA HERRAMIENTAS, VACÍAS, MORRALES ESCOLARES, BOLSAS DE COMPRA, BOLSAS PARA PRENDAS DE VESTIR DEPORTIVA, MALETAS DE PRENDAS DE VESTIR PARA VIAJE.

(20): PRENDAS D VESTIR DE CAMA, EXCEPTO LENCERÍA, ALMOHADAS, CANASTAS, NO DE METAL, CANASTAS PARA EL PAN, COLCHONES * COLCHONETAS PARA NIÑOS, COLCHONES FLOTADORES INFLABLES O ALMOHADILLAS PARA USO RECREATIVO, APOYALIBROS [MUEBLES], REVISTEROS, RECIPIENTES DE PLÁSTICO PARA MEDICAMENTOS PARA USO COMERCIAL [EMPAQUES], RECIPIENTES DE EMPAQUES DE PLÁSTICO, RECIPIENTES PARA LÍQUIDOS INDUSTRIALES Y COMERCIALES, NO HECHOS DE METAL, RECIPIENTES, NO METÁLICOS, PARA USO COMERCIAL, SACOS DE DORMIR PARA CAMPING, ALMOHADILLAS PARA CAMBIO DE PAÑALES, PROTECTORES DE FREGADERO.

(21): AZUCARERAS, APARATOS DESODORIZANTES PARA USO PERSONAL, APARATOS PARA DESMAQUILLAR, APOYOS PARA CUCHILLO PARA LA MESA, SERVILLETOS, CRISTALERÍA [VIDRIERÍA], PALANGANAS [RECEPTÁCULOS], BALDES, EXPRIMIDORES DE TRAPEADOR, BALDES HECHOS DE TEXTILES TEJIDOS, ENFRIADORES [CUBETAS DE HIELO], BULBOS DE VIDRIO [RECEPTÁCULOS], CABARETS [BANDEJAS], BANDEJAS PARA USOS DOMÉSTICOS, DE

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

PAPEL, CENTROS DE MESA GIRATORIOS, BAÑOS DE BEBÉ, PORTÁTILES, BAÑOS PARA AVES ‘, AISLANTES TÉRMICOS PARA PLATOS [UTENSILIOS DE MESA], PORTAVASOS, NO DE PAPEL Y DIFERENTES DE LINOS DE MESA, BATIDORAS, NO ELÉCTRICAS, BATIDORAS DE MANO, NO ELÉCTRICAS, PARA USOS DOMÉSTICOS, ARTESAS DE BEBIDA, SURTIDORES, INFUSORES DE TÉ, BUSTOS DE PORCELANA, TERRACOTA O VIDRIO, OLLAS DE ESTOFADO, OLLAS CALIENTES, NO CALENTADAS ELÉCTRICAMENTE, CAFETERAS, NO ELÉCTRICAS, CAJA SANITARIA PARA GATOS [BANDEJAS] PARA MASCOTAS, CAJAS DE PASTILLAS [NO PARA USOS MÉDICOS], CAJAS DE METAL, PARA DISPENSAR TOALLAS DE PAPEL, ESTUCHES COMPACTOS PARA POLVO, CAJAS DE VIDRIO, TARROS DE GALLETAS, CAJAS DE DULCES, CAJAS PARA EL TÉ, CAJAS DE VENTANA, PANERAS, PORTACOMIDAS, CANECAS DE BASURA, CALZADORES, CALDEROS, CANDELABROS [CANDELEROS], JARRAS DE CERVEZA, LICORERAS PARA VIAJEROS, CERDAS DE ANIMALES [CEPILLOS], CENTROS DE MESA, CERÁMICAS, CERÁMICAS PARA USOS DOMÉSTICOS, PAPELERAS, CANASTAS PARA EL PAN, USO DOMÉSTICO, CANASTAS PARA USO DOMÉSTICO, TETERAS, HERVIDORAS, NO ELÉCTRICAS, CUERNOS PARA BEBIDA, COLADORES, CAFETERAS CON FILTRO, NO ELÉCTRICAS, COLADORES PARA EL TÉ, CUBIERTAS, NO DE PAPEL, PARA MACETAS DE FLORES, CUBIERTAS PARA MESAS DE PLANCHAR, CON FORMA, CUCHARAS DE MEZCLAR [UTENSILIOS DE COCINA], COMEDEROS, CUCHARAS DE RELLENAR, PARA USAR EN LA COCINA, CESTAS DE PICNIC ADAPTADAS, INCLUYEN PLATOS, VASOS DE PAPEL O PLÁSTICO, VASOS DE BEBER, CORTADORES DE REPOSTERÍA, CORTADORES DE GALLETAS [BIZCOCHOS], FORROS DE TETERA, LUSTRE PARA CUERO, GARRAFAS, CALZADORES, DESATASCADORES PARA DESATASCAR CAÑERÍAS, DISPENSADORES DE AEROSOL, NO PARA USOS MÉDICOS, DISPENSADORES DE PAPEL HIGIÉNICO, DISPENSADORES DE JABÓN, COMEDEROS ELECTRÓNICOS PARA MASCOTAS, DISPOSITIVOS PARA ATRAER Y MATAR INSECTOS (APARATOS ELÉCTRICOS), APARATOS DE AGUA PARA LIMPIEZA DE LOS DIENTES Y ENCÍAS, APARATOS PARA LUSTRAR, NO ELÉCTRICOS, PARA ZAPATOS, CEPILLOS *, CEPILLOS DE ALQUITRÁN, MANGO LARGO, CERDAS DE PUERCO, CEPILLOS DE DIENTES, CEPILLOS DE DIENTES, ELÉCTRICOS, CEPILLOS ELÉCTRICOS, EXCEPTO PARTES DE MÁQUINAS, CEPILLOS PARA CALZADO, CEPILLOS DE REFREGAR, CEPILLOS PARA LAVAR LA LOZA, CEPILLOS PARA LIMPIEZA DE TANQUES Y RECIPIENTES, CEPILLOS PARA LAS CEJAS, CEPILLOS DE UÑAS, CEPILLOS PARA LÁMPARAS DE VIDRIO, ALMOHADILLAS DE FREGAR, ALMOHADILLAS DE METAL PARA FREGAR SARTENES, TRAPEADORES, PLUMEROS, GOLPEADORES DE ALFOMBRAS [INSTRUMENTOS MANUALES], ESPÁTULAS [UTENSILIOS DE COCINA], BROCHETAS PARA COCINAR,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

DE METAL, ALMOHADILLAS ABRASIVAS PARA UOS CULINARIOS, ESPONJAS ABRASIVAS PARA REFREGAR LA PIEL, BORLAS PARA EMPOLVARSE, ESPONJAS HIGIÉNICAS, ESPONJAS PARA USOS DOMÉSTICOS, PRENSAS DE AJO [UTENSILIOS DE COCINA], PRENSAS DE FRUTA, NO ELÉCTRICAS, PARA USOS DOMÉSTICOS, ESTUCHES HIGIÉNICOS, WAFLERAS, NO ELÉCTRICAS, MOLDES PARA GALLETAS, MOLDES PARA PONQUÉS, JARRAS DE VIDRIO [BOMBONAS], FRASCOS DE VIDRIO [RECIPIENTES], BOTES DE PECARNE DE CAZANTO, SARTENES, FREIDORAS, NO ELÉCTRICAS, BOTELLAS, DISPOSITIVOS DE RIEGO, INSTRUMENTOS DE LIMPIEZA, OPERADOS MANUALMENTE, MOLINILLOS DE CAFÉ, OPERADOS MANUALMENTE, MOLINILLOS DE PIMIENTA, OPERADOS MANUALMENTE, MOLDES [UTENSILIOS DE COCINA], CUBETAS DE HIELO [MOLDES], TAZAS PARA HUEVOS, PITILLOS, TOALLAS DE LIMPIAR, CUCHARONES [VAJILLA], PALITOS CHINOS, PELO PARA CEPILLOS, CRIBAS [UTENSILIOS DOMÉSTICOS], COLADOR DE CENIZAS [UTENSILIOS DOMÉSTICOS], COLADERA [UTENSILIOS DOMÉSTICOS], PEINES, PEINES DE DIENTES LARGOS PARA EL PELO, PEINES ELÉCTRICOS, CEPILLOS PARA EL INODORO, PIMIENTEROS, SOPORTES PARA LIMPIONES, BROCHAS DE AFEITAR, PIPETAS [PROBADORES PARA EL VINO], PLATILLOS, PLACAS PARA EVITAR QUE LA LECHE SE DERRAME AL HERVIR, ADORNOS DE PORCELANA, PLATAFORMA PARA BROCHAS DE AFEITAR, OLLAS, PLATOS, PLATOS DE MESA, PLATOS DESECHABLES PARA LA MESA, PLATOS DE PAPEL, PLATOS PARA VEGETALES, TABLA DE PLANCHAR PANTALONES, TABLA DE PLANCHAR CORBATAS, RALLADORES [UTENSILIOS DOMÉSTICOS], VIDRIO [RECEPTÁCULOS], RECIPIENTES DE COCINA, VASOS PARA BEBIDAS RECIPIENTES PARA USO DOMÉSTICO O EN LA COCINA, RECIPIENTES CON AISLAMIENTO TÉRMICO, RECIPIENTES CON AISLAMIENTO TÉRMICO PARA ALIMENTOS, RECIPIENTES CON AISLAMIENTO TÉRMICO PARA BEBIDAS, CUBIERTAS PARA TABLAS DE QUESOS, RODILLOS DE AMASAR, USO DOMÉSTICO, CAJAS DE JABÓN, RECIPIENTES PARA JABÓN, DESCORCHADORES, BOLSAS PARA DECORAR PARA PASTELERÍA [BOLSAS DE PASTELERÍA], ENSALADERAS, SALEROS, PAÑO PARA LAVAR PISOS, JUEGOS DE CAFÉ [VAJILLA], JUEGOS DE TÉ [VAJILLA], SERVICIOS [VAJILLAS], ESPECIEROS, LICORERAS, SOPERAS, RECIPIENTES DE METAL PARA HACER HIELO Y BEBIDAS HELADAS, SERVILLETOS, PORTADOR DE PAPEL HIGIÉNICO, PORTADORES PARA FLORES Y PLANTAS [ARREGLOS FLORALES], TABLAS DE CORTAR PARA LA COCINA, MESAS DE PLANCHAR, TABLAS PARA EL PAN, BANDEJAS PARA USOS DOMÉSTICOS, TAZAS, TAZONES DE VIDRIO, CUBILETES, COPAS PARA FRUTA, CUBIERTAS PARA LA MANTEQUILLERA, TAPAS DE OLLAS, CUBIERTAS PARA PLATOS, PICHELES, CAZUELAS [PALANGANAS], MÁQUINAS MEZCLADORAS,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

NO ELÉCTRICAS, PARA USOS DOMÉSTICOS, UTENSILIOS COSMÉTICOS, UTENSILIOS DE COCINA, UTENSILIOS DE COCINA, NO ELÉCTRICOS, UTENSILIOS DE COCINA, NO EN METALES PRECIOSOS, UTENSILIOS DE HIGIENE, UTENSILIOS PARA USOS DOMÉSTICOS, CEPILLOS, FRASCOS, FLOREROS, MACETAS DE FLORES, ESCOBAS.

(22): BOLSAS TEXTILES PARA REGALO PARA VINO, EDREDONES.

(24): PORTAVASOS [MANTELERÍA], PROTECTORES DE MESA, NO DE PAPEL, BROCADOS, FUNDAS [SUELTAS] PARA MUEBLES, FUNDAS PARA COJINES, COBIJAS DE CAMA, FORROS DE PAPEL PARA LA CAMA, FORROS DE COLCHÓN, EDREDONES PARA FUTONES, FORROS DE CAMA, INDIVIDUALES, NO DE PAPEL, TAPETES DE MESA, CORTINAS DE DUCHA DE TEXTIL O PLÁSTICO, CORTINAS DE PLÁSTICO, CORTINAS DE RED, CORTINAS DE TEXTIL O PLÁSTICO, CORTINAS PARA USO EXTERNO O INTERNO, CORTINAS PEQUEÑAS HECHAS DE MATERIALES TEXTILES, BORLAS [TRATAMIENTOS DE VENTANAS], PAPEL DE REGALO DE TELA, FUNDAS DE ALMOHADA, SERVILLETAS DE MESA DE TEXTIL, PRENDAS DE VESTIR DE CAMA, SÁBANAS DE PAPEL, PAÑUELOS DE TEXTIL, PAÑUELOS PLÁSTICOS, PAÑUELOS, DE TELA, PARA REMOVER MAQUILLAJE, FUNDAS [FUNDAS DE COLCHÓN], GUANTES DE LAVAR, COBIJAS IMPRESAS DE TEXTIL, MANTAS DE VIAJE [FRAZADA DE REGAZO], ALBORNOCES [TELA], MATERIALES DE FILTRO DE TEXTIL, MATERIAL PLÁSTICO [SUSTITUTO DE TEXTILES], MOLESKIN [TELA], MOSQUITEROS, LIMPIONES, NO DE PAPEL, PAÑO ‘, PAÑO DE CÁÑAMO, PAÑO DE BILLAR, PAÑO PARA QUESO, BABEROS, NO DE PAPEL, CORTINAS PARA PUERTA, PAÑALES DE TELA, LENCERÍA PARA EL BAÑO, EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR, PRENDAS DE VESTIR DE CAMA, MANTELERÍA, NO DE PAPEL, LENCERÍA DOMÉSTICA, SACOS DE DORMIR [SÁBANAS], TOALLAS, NO DE PAPEL, INDIVIDUALES HECHOS DE TEXTIL, BAYETA [TELA], TELA DE FELPILLA, JERSEY [TELA], TELA *, TEXTILES A PRUEBA DE BALAS PARA USAR EN LA PRODUCCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR A PRUEBA DE BALAS Y EXPLOSIONES, ZAPATOS Y ESCUDOS, TEXTILES DE ALGODÓN, TELA DE CÁÑAMO, TEXTILES DE FIBRA DE VIDRIO, PARA USO TEXTIL, TELA DE YUTE, PAÑO DE LANA, PAÑO DE LINO, TEXTILES DE PILA, TEXTILES TEJIDOS, MATERIAL TEJIDO ELÁSTICO, TELA DE ESPARTO, TELA DE RAYÓN, TELA DE RAMIO, SEDA [TELA], FINA [TELA], TELA DE IMITACIÓN DE PIELES DE ANIMAL, PAÑOS PARA BORDAR, TELA PARA CALZADO, PAÑOS DE VIDRIO [TOALLAS], TEXTILES PARA GUARNECER Y TAPIZAR, TEXTILES DE TAPICERÍA, TELA PARA FORRAR ZAPATOS, TELA PARA PRENDAS DE VESTIR INTERIOR, TEXTILES PARA USO TEXTIL, TELA TEJIDA, TELA ENCERADA PARA USAR COMO LIMPIONES,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

TELA ENCOLADA, DIFERENTE DE LA QUE SE USA PARA ÚTILES DE ESCRITORIO, MATERIAL TEXTIL, INDIVIDUALES DE ENCAJE, NO HECHOS DE PAPEL, TOALLAS FACIALES DE TELA, TOALLAS DE TELA QUE REPRESENTAN LOGOS DE EQUIPOS DE FÚTBOL AMERICANO, TOALLAS DE TELA, FUNDAS DE ALMOHADA, TERCIOPELO, ALGODÓN PEINADO [TELA].

(25): ALBAS, TIRAS PARA SOSTENES, ZAPATOS DE ESPARTO O SANDALIAS, ENAGUAS, DISPOSITIVOS ANTIDESLIZANTES PARA CALZADO, BALACAS [PRENDAS DE VESTIR], ARTÍCULOS DE PRENDAS DE VESTIR HECHOS DE CUERO, ARTÍCULOS DE PRENDAS DE VESTIR PARA BEBÉS Y NIÑOS PEQUEÑOS, ARTÍCULOS DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y PRENDAS PARA LA CABEZA PARA BEBÉS Y NIÑOS PEQUEÑOS, DELANTALES [PRENDAS DE VESTIR], DELANTALES DE PAPEL, DELANTALES DE PLÁSTICO, BABEROS DE TELA PARA COMENSALES ADULTOS, BABEROS DE PLÁSTICO PARA BEBÉS, BABEROS DE TELA PARA USAR POR ANCIANOS O PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA O MENTAL, BABEROS DE TELA PARA NIÑOS Y BEBÉS, BABEROS, NO DE TELA O PAPEL, BABEROS, NO DE PAPEL, PAÑUELOS DE CABEZA [PAÑOLETAS], BANDAS DE MATERNIDAD [PRENDAS DE VESTIR], GORROS DE CHAMPÚ, ENTERIZOS [PRENDAS DE VESTIR], MAMELUCOS PARA BEBÉ, CAMISOLAS [PRENDAS DE VESTIR INTERIOR], BOINAS, GORROS TEJIDOS, CINTURONES PARA GUARDAR DINERO [PRENDAS DE VESTIR], BOLSILLOS PARA PRENDAS DE VESTIR, BOTAS DE ENCAJE, BOTAS *, BOTAS PARA DEPORTES *, BOTAS PARA ESQUIAR, ZAPATOS ESQUIMALES, BOTAS DE CAUCHO PARA PESCAR, BOTAS DE TRABAJO, BOTAS Y ZAPATOS, BOTAS IMPERMEABLES PARA PESCAR, BOTINES, BUFANDAS, CALZADO *, ZAPATOS PARA SALÓN DE BAILE, ZAPATILLAS DE DANZA, BOTAS PARA DEPORTES, DIFERENTES DE BOTAS DE EQUITACIÓN, ZAPATOS PARA FÚTBOL, BOTAS DE GIMNASIO, ZAPATOS PARA GIMNASIA, ZAPATOS DE MONTAÑISMO, ZAPATOS DE PLAYA, ZAPATOS DE BAILE ZAPATEADO, ZAPATOS DE TRABAJO, ZAPATOS DE YOGA, CALZADO Y SOMBREROS PARA HOMBRES, MUJERES Y NIÑOS, CALZADO PARA BEBÉS, CALZADO PARA ESQUÍ EN TABLA, CALZADO, DIFERENTES DE BOTAS PARA DEPORTES, TALONERAS PARA CALZADO, TALONERAS PARA MEDIAS, PANTALONES, PANTALONES CASUALES [PRENDAS DE VESTIR], PANTALONES ALMOHADILLADOS PARA USO ATLÉTICO, PANTALONES DE CAMUFLAJE, PANTALONES PESCADORES, PANTALONES DE TRABAJO, PANTALONES DE VIENTO, PANTALONES DE CACERÍA, GAUCHOS, PANTALONES DE YOGA, PANTALONES DE MEZCLILLA, PANTALONES ELÁSTICOS, PANTALONES DE PLÁSTICO, MALLAS, PANTALONES PARA BEBÉ [PRENDAS DE VESTIR], PANTALONES DE DESCANSO, PECHERAS, PANTALONES DE GOLF, CAMISAS Y FALDAS,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

PANTALONES DE BAILE ZAPATEADO, PANTALONETAS ACOLCHADAS PARA USO ATLÉTICO, PANTALONETAS DESLIZANTES, VESTIDOS DE BAÑO, PANTALONETAS DE BOXEO, CALZONCILLOS, LARGOS, BICICLETEROS, BOMBACHOS PARA VESTIR, CAMISAS, CAMISAS ACOLCHADAS PARA USO ATLÉTICO, CAMISAS DE CAMUFLAJE, CAMISAS DE VIENTO, CAMISAS DE CACERÍA, CAMISAS ABSORBENTES DE HUMEDAD PARA DEPORTES, CAMISAS DE CUELLO DE TORTUGA FALSO, CAMISAS DE MANGA CORTA, CAMISAS DE MANGA LARGA, CAMISAS PARA PESCAR, CAMISAS DE YOGA, CAMISAS HAWAIANAS, CAMISAS ALOHA DE BOTONADURA FRONTAL, CAMISAS DE CAMPING, CAMISAS DE MÚSCULO, CAMISAS PARA BEBÉS, NIÑOS PEQUEÑOS Y NIÑOS, CAMISETAS, CORPIÑOS [PRENDAS DE VESTIR INTERIOR FEMENINA], CAMISAS DE CUELLO DE TORTUGA, SUÉTERES DE CUELLO DE TORTUGA FALSO, TOPS TÉRMICOS,» EMPEINES DE BOTAS, MAÑANITAS, ABRIGOS DE PIELES, ABRIGOS, CAPOTAS [PRENDAS DE VESTIR], CHAQUETAS [PRENDAS DE VESTIR], CHAQUETAS ACOLCHADAS, CAZADORAS, CHAQUETAS DE CAMUFLAJE, CHAQUETAS DE CACERÍA, CHALECOS DE LANA, CHAQUETAS PARA ESQUÍ DE TABLA, CHAQUETAS DE CEREMONIA, CHAQUETAS DE CAMPO, ABRIGOS REFLECTANTES DE LUZ, CHAQUETAS REVERSIBLES, CASULLAS, PETTI-PANTALONES, SOMBRERERÍA PARA USAR, PRENDAS TÉRMICAS PARA LA CABEZA, CACHUCHAS, SOMBREROS, GORRAS DE CROCHET, SOMBREROS DE CHEF, SOMBREROS DE PAPEL [PRENDAS DE VESTIR], SOMBREROS Y GORRAS, SOMBREROS PARA LACTANTES, BEBÉS, NIÑOS PEQUEÑOS Y NIÑOS, SOMBREROS DE COPA, CHANCLETAS DE BAÑO, FAJAS DE CINTURA, FAJAS, CINTURONES [PRENDAS DE VESTIR], CINTURONES HECHOS DE TELA [PRENDAS DE VESTIR], CUELLOS PARA VESTIDOS, CUELLOS [PRENDAS DE VESTIR], CUELLOS DESPRENDIBLES, CHALECOS, CHALECOS ACOLCHADOS, CHALECOS DE CAMUFLAJE, CHALECOS DE CACERÍA, BABEROS DE FÚTBOL, BABEROS DE FÚTBOL AMERICANO, CHALECOS DE PESCA, CHALECOS DE DEPORTES, CHAQUETAS REFLECTANTES DE LUZ, MALLAS, MALLAS DE LANA, MEDIAS, CALZONES [PRENDAS DE VESTIR INTERIOR], COMBINACIONES [PRENDAS DE VESTIR], ATUENDOS DEPORTIVOS [PRENDAS DE VESTIR], ATUENDOS PARA PATINAR, CORSELETES, CAMISOLAS, PANTALONES, PANTALONES DE ENTRENAMIENTO NO DESECHABLES EN TELA, CALZONCILLOS, COBIJAS DE BEBÉ, MAMELUCOS, FAJAS DE VESTIR, CORBATAS ANCHAS, MANCORNAS DE CAMISA, AJUARES INFANTILES [PRENDAS DE VESTIR], COFIAS, CORSÉS [UNDERROPA], ESTOLAS DE PIEL, TRAJES PARA LA LLUVIA, TRAJES, TRAJES, CORTAVIENTOS, TRAJES DE BAÑO, PANTALONES DE BAÑO, DISFRACES PARA BAILES DE MÁSCARAS, DISFRACES PARA NIÑOS, OVEROLES, TRAJES DE BUZO,



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

TRAJES DE PLAYA, OVEROLES, ACCESORIOS DE METAL PARA CALZADO, BANDAS PARA EL PELO [PRENDAS DE VESTIR], MANGUITOS DE PIES, NO CALENTADOS ELÉCTRICAMENTE, FORROS PARA CHAQUETA, FORROS LISTOS PARA USAR [PARTES DE ROPA], GABARDINAS [PRENDAS DE VESTIR], ZAPATOS DE GOMA, EMPEINES DE CALZADO, TOCAS, GORRAS TEJIDAS, SOMBREROS DE NIEVE, PANTALONES Y GORRAS, CORBATAS, CORBATAS DE LAZO, GABARDINAS, CHAQUETAS RELLENAS [PRENDAS DE VESTIR], CHAQUETAS TEJIDAS, MONOS DE MECÁNICO, LIGUEROS, SUÉTERES [PRENDAS DE VESTIR], SUÉTERES DE VOLIBOL, PRENDAS DE VESTIR DE VIAJE CONTENIDA EN UN EMPAQUE QUE CONTIENE CHAQUETAS REVERSIBLES, PANTALONES, FALDAS, TOPS Y UN CINTURÓN O BUFANDA, LEOTARDOS [PANTALONES], LEOTARDOS [CALENTADORAS], PAÑUELOS, LIBREAS, GUANTES [PRENDAS DE VESTIR], GUANTES DE CAMUFLAJE, GUANTES DE CICLISMO, GUANTES TEJIDOS, MONOS DE UNA PIEZA, TRAJES DE BAÑO DE UNA PIEZA PARA MUJER [CALCETERÍA], RUANAS, MANTILLAS, MÁSCARAS DE DORMIR, MEDIAS, MEDIAS DE DEPORTES, MEDIAS DE VESTIR PARA HOMBRE, CALCETERÍA, MEDIAS DE AGUA, MEDIAS ABSORBENTES DE SUDOR, MEDIAS TÉRMICAS, MINIFALDAS, MITONES, MITONES PARA ESQUÍ EN TABLA, MITRAS, [SOMBREROS], PICOS DE GORRO, INSERTOS PARA TALÁN, INSERTOS PARA ZAPATO PARA USOS NO ORTOPÉDICOS, CHANCLETAS, CHANCLETAS PARA PEDICURA EN ESPUMA, CHANCLETAS DESECHABLES, CHANCLETAS PARA PEDICURA, PANTALONES [PRENDAS DE VESTIR], PANTALONES DE PIYAMA, ESCLAVINAS DE PIEL, PIELS [PRENDAS DE VESTIR], PELLIZAS, TACHES DE GOLF, TACHES PARA BOTAS DE FÚTBOL, POLAINAS, TOPS TEJIDOS PARA POLO, PONCHOS, CINTURONES DE PANTALÓN, CAMISAS DE FÚTBOL (RÉPLICAS), PANTALONETAS Y MEDIAS, CAMISAS DE FÚTBOL (RÉPLICA), PANTALONETAS Y MEDIAS [FÚTBOL AMERICANO], PRENDAS DE VESTIR DE CUERO O IMITACIÓN CUERO, ARTÍCULOS DE PUNTO [PRENDAS DE VESTIR], PRENDAS DE VESTIR INTERIOR, PRENDAS DE VESTIR INTERIOR PARA HOMBRE, PRENDAS DE VESTIR INTERIOR FEMENINA PARA MATERNIDAD, PRENDAS DE VESTIR INTERIOR ABSORBENTE DE SUDOR [PRENDAS DE VESTIR INTERIOR], PRENDAS EXTERIORES, SALTOS DE CAMA, BATAS DE BAÑO, PRENDAS DE VESTIR DE BEBÉ [PRENDAS DE VESTIR], FALDAS, TALONES Y TALONERAS PARA BOTAS Y ZAPATOS, SANDALIAS, SANDALIAS DE BAÑO, SANDALIAS DE PEDICURA, ZAPATOS *, ZAPATILLAS DE BALLET [ZAPATOS PLANOS], ZAPATOS DE CONDUCIR, ZAPATOS DEPORTIVOS*, ZAPATOS DE PAPEL QUE SE USAN CUANDO SE PASA A TRAVÉS DE DETECTORES DE METALES PARA MANTENER LOS PIES Y LAS MEDIAS LIMPIAS, ZAPATOS Y BOTAS, DIFERENTES DE PARTES DE LOS MISMOS COMO ESPIGAS DE ZAPATO, CLAVIJAS DE ZAPATO,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

LENGUAS O TIRAS DE HALAR PARA ZAPATOS Y BOTAS, UÑAS Y ACCESORIOS DE METAL PARA ZAPATOS, SARIS, SARONGS, PANTALONETAS DE NIÑO [PRENDAS DE VESTIR INTERIOR], FALDAS PANTALÓN, LEVITAS, SOBRETODOS, SOLES PARA CALZADO, CASACAS, SOSTENES ADHESIVOS, SOSTENES PARA DEPORTES, SOSTENES PARA DEPORTES ABSORBENTES DE HUMEDAD, BRALETTES, FORROS DE AXILA, SOPORTES DE MADERA PARA ZAPATOS JAPONESES, TIRANTAS PARA PRENDAS DE VESTIR [CALZONARIAS], TIRANTAS PARA MEDIAS, SUÉTERES DE CUELLO REDONDO, SUÉTERES, ZAPATOS DE TACÓN, ZAPATOS DE MADERA, TANGAS, OREJERAS [PRENDAS DE VESTIR], CORREAS DE ZAPATO, CORREAS DE DEDOS PARA SANDALIAS JAPONESAS [ZORI], TOGAS, [BATAS TRADICIONALES], TOPS [PRENDAS DE VESTIR], OMBLIGUERAS, TOPS DE CUELLO DE TORTUGA FALSO, TOPS DE BEBÉ, TOPS DE TUBO, TOCAS, GORRAS DE BAÑO, GORRAS DE DUCHA, DISFRACES FOLCLÓRICOS [PRENDAS DE VESTIR], CAMISETAS, TURBANTES, UNIFORMES, UNIFORMES PARA DEPORTES DE COMBATE, TRAJES RECTOS [PRENDAS DE VESTIR], VESTIDOS, VESTIDOS LARGOS DE FIESTA, BATAS DE EMBARAZO, TRAJES DE PLAYA, MUU MUUS, VESTIDOS SIN MANGAS, PRENDAS DE VESTIR , PRENDAS DE VESTIR LISTA PARA USAR, UNIFORMES DE BÉISBOL, ATUENDOS FORMALES, PRENDAS DE VESTIR DE CICLISMO, DISFRACES DE BAILE, PIYAMAS DE MATERNIDAD, PRENDAS DE VESTIR PARA GIMNASIA, PRENDAS DE VESTIR TEJIDA, PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES, PRENDAS PARA PATINAJE ARTÍSTICO, PRENDAS DE VESTIR DE PLAYA, PRENDAS DE VESTIR DE SEDA, PRENDAS DE VESTIR DE TRABAJO, PRENDAS DE VESTIR DE TRIATLÓN, PRENDAS DE VESTIR DE CACHEMIR, PRENDAS DE VESTIR DE CUERO, PRENDAS DE VESTIR DE IMITACIONES DE CUERO, PRENDAS DE VESTIR DE PAPEL, PRENDAS EXTERIORES NO ESTILO JAPONÉS, PRENDAS EXTERIORES RESISTENTES AL CLIMA, PRENDAS DE VESTIR IMPERMEABLE, ARTÍCULOS DE ROMPEVIENTOS, PRENDAS DE VESTIR DE MOTORISTAS, BATAS DE CORO, PRENDAS DE VESTIR PARA HOMBRES, MUJERES Y NIÑOS, PRENDAS DE VESTIR PARA NIÑAS, PRENDAS DE VESTIR PARA SURFING, PRENDAS DE VESTIR TRADICIONALES JAPONESAS, PRENDAS DE VESTIR, NO PROTECTORAS, QUE INCORPORAN ELEMENTOS O MATERIALES REFLECTIVOS O FLUORESCENTES, VELOS [PRENDAS DE VESTIR], CORDONES PARA CALZADO, CHALES.

(26): PAPEL DE ALUMINIO PARA TINTURA DEL PELO, TRENZAS.

(27): COLCHONETAS DE YOGA, COLCHONETAS, COLCHONETAS DE CAÑA, COLCHONETAS DE GIMNASIO.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

(28): GLOBOS, BICICLETAS ESTACIONARIAS PARA HACER EJERCICIO, CASAS DE MUÑECAS, CARROS DE JUGUETE.

(29): AJVAR [PIMIENTOS EN CONSERVA], ALBÚMINA PARA USOS CULINARIOS, ALGAS TOSTADAS, ALGINATOS PARA USOS CULINARIOS, AJO (EN CONSERVA -), ALIMENTOS PREPARADOS DE PESCADO, ALIMENTOS VEGETALES FERMENTADOS [KIMCHI], ALOE VERA PREPARADA PARA CONSUMO HUMANO, ALMEJAS [NO VIVAS], ALMENDRAS, MOLIDAS, MANÍ, PROCESADO, ANCHOAS, ARENQUES, ATÚN, ACEITE DE OLIVA PARA ALIMENTO, OLIVAS, EN CONSERVA, TOCINO, TOCINO GORDO PARA ALIMENTO, PAPAS FRITAS, PAPAS FRITAS BAJAS EN GRASA, LECHE MALTEADA, BEBIDAS LÁCTEAS, CON PREDOMINIO DE LECHE, CALDO, CAMARONES, NO VIVOS, LANGOSTINOS, NO VIVOS, CARNE, AVES DE CORRAL, NO VIVAS, CERDO, CARNE, EN CONSERVA, CARNE, ENLATADA [ENLATADA (AM.)], CARNE DE CAZA, NO VIVOS, CARNES SALADAS, CORTEZAS DE FRUTA, CAVIAR, CEBOLLAS, EN CONSERVA, REPOLLO ENCURTIDO, MORCILLA [SALCHICHA DE SANGRE], CLARAS DE HUEVO, CUAJADA, CUAJO, COCO, SECO, CHAMPIÑONES, EN CONSERVA, MERMELADA DE JENGIBRE, PURÉ DE MANZANAS, SALSA DE ARÁNDANOS [COMPOTA], CALDO CONCENTRADO, PEPINILLOS, REIA PASTELERA, CRISÁLIDAS DE GUSANOS DE SEDA, PARA CONSUMO HUMANO, CROQUETAS, CRUSTÁCEOS, NO VIVOS, MERMELADAS, ARVEJAS, EN CONSERVA, EXTRACTOS DE HIERBAS PARA ALIMENTO, EXTRACTOS DE CARNE, HARINA DE PESCADO PARA CONSUMO HUMANO, FRÍJOLE, EN CONSERVA, FERMENTOS (LECHE -) PARA USOS CULINARIOS, HÍGADO, FILETES DE PESCADO, ESCAMAS DE PAPA, FRUTA CONSERVADA EN ALCOHOL, FRUTA, ESTOFADA, FRUTA, EN CONSERVA, FRUTAS CONGELADAS, FRUTAS CRISTALIZADAS, FRUTAS, ENLATADA [ENLATADA (AM.)], GELATINA, JALEAS DE CARNE, JALEAS PARA ALIMENTO, JALEAS DE FRUTA, YEMA DE HUEVO, SABAJÓN (SIN ALCOHOL), GRASA DE COCO, GRASAS COMESTIBLES, SOYA, EN CONSERVA, PARA ALIMENTO, PEPINOS DE MAR, NO VIVOS, HUMMUS [PASTA DE GARBANZO], COLAPISCIS PARA ALIMENTO, YOGURT, PREPARACIONES DE SOPAS DE VEGETALES, KÉFIR [BEBIDA LÁCTEA], KUMIS [KUMIS] [BEBIDA LÁCTEA], LANGOSTAS ESPINOSAS, NO VIVAS, CANGREJOS DE RÍO, NO VIVOS, LANGOSTAS, NO VIVAS, LECITINA PARA USOS CULINARIOS, VEGETALES, COCIDOS, VEGETALES, EN CONSERVA, VEGETALES, ENLATADOS [ENLATADOS (AM.)], VEGETALES, SECOS, LECHE, ALBÚMINA DE LECHE, LECHE DE SOYA [SUSTITUTO LÁCTEO], LENTEJAS, EN CONSERVA, MANTEQUILLA, MANTEQUILLA DE MANÍ, MANTECA DE CACAO, MANTECA DE COCO, MARGARINA, MARISCOS, NO VIVOS, MERMELADA, SUSTANCIAS GRASAS PARA LA

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

MANUFACTURA DE GRASAS COMESTIBLES, MEJILLONES, NO VIVOS, MEZCLAS QUE CONTIENEN GRASAS PARA TAJADAS DE PAN, MOUSSES (DE VEGETALES), MOUSSES (DE PESCADO), CREMA [PRODUCTOS LÁCTEOS], CREMA BATIDA, NIDOS COMESTIBLES DE PÁJARO, NUECES, PREPARADOS, ACEITE DE COCO, ACEITE DE COLZA PARA ALIMENTO, ACEITE DE GIRASOL PARA ALIMENTO, ACEITE DE LINAZA PARA USOS CULINARIOS, ACEITE DE MAÍZ, ACEITE DE PALMA PARA ALIMENTO, ACEITE DE HUESO, ACEITE DE PALMA COMESTIBLE PARA ALIMENTO, ACEITE DE AJONJOLÍ, ACEITES COMESTIBLES, OSTRAS, NO VIVAS, HUEVAS DE PESCADO (PROCESADAS), HUEVOS, HUEVOS DE CARACOL PARA CONSUMO, HUEVOS EN POLVO, PASAS, PATÉ DE HÍGADO, PECTINA PARA USOS CULINARIOS, TROZOS DE FRUTA, PESCADO, EN CONSERVA, PESCADO SALADO, PESCADO, ENLATADO [ENLATADA (AM.)], PESCADO, NO VIVOS, LEGUMBRES EN ESCABECHE, ENCURTIDOS, PREPARADOS DE POLEN COMO ALIMENTO, PULPA DE FRUTA, PREPARACIONES PARA HACER CALDO, PREPARACIONES PARA HACER SOPA, JAMÓN, PRODUCTOS DE CHARCUTERÍA, PRODUCTOS LÁCTEOS, PURÉ DE TOMATE, QUESO, ENSALADAS DE FRUTA, ENSALADAS DE VEGETALES, SALMÓN, SALCHICHAS, SALCHICHAS REBOZADAS, SARDINAS, SEBO PARA ALIMENTO, SEMILLAS (DE GIRASOL PROCESADAS), SEMILLAS (PROCESADAS), MERIENDAS A BASE DE FRUTAS, BUÑUELOS DE PAPA, SOPAS, SUERO, JUGO DE TOMATE PARA COCINAR, JUGOS DE VEGETALES PARA COCINAR, TAHINA [PASTA DE SEMILLAS DE AJONJOLÍ], DÁTILES, TOFU, CALLOS, TRUFAS, EN CONSERVA, MÉDULA ANIMAL PARA ALIMENTO.

(30): AZAFRÁN [CONDIMENTO], AZÚCAR , DULCE, ADITIVOS DE GLUTEN PARA USOS CULINARIOS, AGUA DE MAR PARA COCINAR, REGALIZ [CONFITERÍA], ALCAPARRAS, FIDEOS [TALLARINES], ALIMENTO A BASE DE AVENA, ALIMENTOS FARINÁCEOS, ALMIDÓN PARA ALIMENTO, SEMILLA DE ANÍS, SEMILLA DE ANÍS ESTRELLADO, SABORIZANTES PARA EL CAFÉ , SABORIZANTES, DIFERENTES DE ACEITES ESENCIALES, PARA BEBIDAS, SABORIZANTES, DIFERENTES DE ACEITES ESENCIALES, PARA TORTAS, SABORIZANTES, DIFERENTES DE ACEITES ESENCIALES, ARROZ, AVENA INTEGRAL, AVENA MOLIDA, BARRAS DE CEREAL ALTAS EN PROTEÍNA, VAINILLA [SABORIZANTE], BEBIDAS A BASE DE TÉ, BEBIDAS A BASE DE CACAO, BEBIDAS A BASE DE CAFÉ, BEBIDAS A BASE DE CHOCOLATE, BEBIDAS CON LECHE ACHOCOLATADA, BEBIDAS CON CAFÉ CON LECHE, BEBIDAS CON LECHE Y CHOCOLATE, BICARBONATO DE SODIO [BICARBONATO DE SODIO PARA USOS CULINARIOS], GALLETAS, GALLETAS DE MANTEQUILLA, GALLETAS DE MALTA, GALLETAS DULCES, GALLETAS DE SAL, TORTAS, TORTAS DE

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

ARROZ, GOLOSINAS [DULCES], BOLLOS, CACAO, CAFÉ, CAFÉ SIN TOSTAR, CANELA [ESPECIA], MAÍZ PETO, CARAMELOS [DULCE], CURRY [ESPECIA], CEBADA PERLADA, CEBADA MOLIDA, TÉ, ACHICORIA [SUSTITUTO DEL CAFÉ], CHOCOLATE, CHOW-CHOW [CONDIMENTO], CHUTNEYS [CONDIMENTOS], JAMÓN DULCE, GLASEADO [GLASEADO] (TORTA), CONDIMENTOS, CONFITERÍA, CONFITERÍA DE ALMENDRA, CONFITERÍA DE MANÍ, JARABE (FRUTA) [SALSAS], CLAVOS [ESPECIA], CREMOR TÁRTARO PARA USOS CULINARIOS, CREMOR TÁRTARO PARA USOS CULINARIOS, FLAN, CÚRCUMA PARA ALIMENTO, CUSCÚS [SEMOLINA], CONFITERÍA PARA DECORAR ÁRBOLES DE NAVIDAD, ENDULZANTES NATURALES, ALGAS [CONDIMENTO], HIERBAS AROMÁTICAS, EN CONSERVA [CONDIMENTOS], ESPAGUETIS, ESPECIAS, ESENCIAS PARA ALIMENTOS, EXCEPTO ESENCIAS ETÉRICAS Y ACEITES ESENCIALES, EXTRACTO DE MALTA PARA ALIMENTO, HARINA, HARINA DE AVENA, HARINA DE PAPA PARA ALIMENTO, HARINA DE CEBADA, HARINA DE FRÍJOL, HARINA DE MAÍZ, HARINA DE MOSTAZA, HARINA DE SOYA, HARINA DE YUCA PARA ALIMENTO, HARINA DE TRIGO, LEVADURA, POLVO DE HORNEAR, FERMENTOS PARA PASTAS, HOJUELAS DE AVENA, CHIPS [PRODUCTOS CEREALES], HOJUELAS DE MAÍZ, DULCES DE CARAMELO [CONFITERÍA], HELADO, HIELOS COMESTIBLES, JALEA REAL, JALEAS DE FRUTA [CONFITERÍA], HIELO PARA REFRESCO, HIELO, NATURAL O ARTIFICIAL, JENGIBRE [ESPECIA], GERMEN DE TRIGO PARA CONSUMO HUMANO, GLUCOSA PARA USOS CULINARIOS, PREPARADOS DE GLUTEN COMO ALIMENTO, GOMA DE MASCAR, JALVA, HAMBURGUESAS CON QUESO [SÁNDWICHES], PETO, TÉ HELADO, INFUSIONES, NO MEDICINALES, YOGURT CONGELADO [CONFITERÍA HELADOS], SALSA DE TOMATE [SALSA], LEVADURA, SEMILLA DE LINAZA PARA CONSUMO HUMANO, MAZAPÁN, ALFAJORES [REPOSTERÍA], MACARRONES, MAYONESA, MALTA PARA CONSUMO HUMANO, MALTOSA, MARINADAS, PASTA DE PONQUÉ, PASTA, AGENTES ESPESANTES PARA COCINAR ALIMENTOS, AGENTES AGLUTINANTES PARA HELADO [PALETAS COMESTIBLES], MATERIALES AGLUTINANTES PARA SALCHICHAS, MIEL, MELAZA PARA ALIMENTO, MENTA PARA CONFITERÍA, MAÍZ, MOLIDO, MAÍZ, TOSTADO, MEZCLAS INSTANTÁNEAS PARA CONFITERÍA, SALSA DE SOYA, CONDIMENTO DE VEGETALES ENCURTIDOS [CONDIMENTO], SALSA DE TOMATE, SALSAS [CONDIMENTOS], ADEREZOS PARA ENSALADA, MOSTAZA, MOUSSES (CHOCOLATE), MOUSSES (POSTRE) [CONFITERÍA], MUESLI, NUEZ MOSCADA, ROLLOS DE PAN, PANQUEQUES, PAN, PAN SIN LEVADURA, PAN DE JENGIBRE, MIGA DE PAN, PAPILLA DE AVENA, A BASE DE LECHE, PARA ALIMENTO, PASTA DE ALMENDRA, PASTA DE SOYA [CONDIMENTO], EMPANADAS, DULCES DUROS [CONFITERÍA], PALITOS

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

DE REGALIZ [CONFITERÍA], PESTO [SALSA], MASITAS [TORTAS], PIMIENTA, PIMIENTA DE JAMAICA, PIMIENTOS [CONDIMENTOS], PALOMITAS DE MAÍZ, PIZZAS, POLVO DE TORTA, POLVOS PARA HELADO, ALMENDRAS GARRAPIÑADAS, PREPARACIONES DE CEREAL, PREPARACIONES AROMÁTICAS PARA ALIMENTO, PREPARACIONES PARA ENDURECER CREMA BATIDA, PREPARACIONES VEGETALES PARA USAR COMO SUSTITUTOS DEL CAFÉ, PRODUCTOS DE CACAO, PRODUCTOS DE MOLIENDA DE HARINA, REPOSTERÍA, ABLANDADORES DE CARNE, PARA USOS DOMÉSTICOS, PROPÓLEOS, PUDINES, QUICHES, RAVIOLI, DULCES DE MENTA, COMIDAS PREPARADAS A BASE DE FIDEOS, SAGÚ, SAL DE APIO, SAL DE COCINA, SAL PARA PRESERVACIÓN DE ALIMENTOS, SÁNDWICHES, SEMOLINA, GRANOS INTEGRALES PARA ALIMENTO HUMANO, ALIMENTOS MERIENDAS A BASE DE ARROZ, ALIMENTOS MERIENDAS A BASE DE CEREAL, SORBETES [HELADOS], CAFÉ ARTIFICIAL, SALSAS DE CARNE, SUSHI, TABULE, TACOS, TALLARINES, YUCA, TARTAS, PASTELES, PASTELES DE CARNE, CONDIMENTOS, ROLLITOS PRIMAVERA, TORTILLAS, CALADOS, VAINILLINA [SUSTITUTO DE LA VAINILLA], VINAGRE DE CERVEZA, VINAGRE, WAFLES, JARABE DORADO.

(31): CALABACINES, LECHUGA, FRESCA, VAINAS, ALGARROBILLA PARA CONSUMO ANIMAL, ALGAS PARA CONSUMO HUMANO O ANIMAL, PUERROS, FRESCOS, ALIMENTOS PARA ANIMALES, ALIMENTOS PARA MASCOTAS, ALIMENTO PARA PÁJARO, ALMENDRAS [FRUTAS], MANÍ, FRESCO, ANIMALES DE ZOOLOGICO, ASTILLAS DE MADERA PARA LA MANUFACTURA DE PULPA DE MADERA, ARBUSTOS, ARROZ, NO PROCESADO, ÁRBOLES DE NAVIDAD, AVENA, AVELLANAS, OLIVAS, FRESCAS, RESIDUOS DE FRUTA [PULPA], TORTA DE MANÍ PARA ANIMALES, BAGAZO DE CAÑA [MATERIA PRIMA], BAYAS, FRUTAS FRESCAS, BAYAS DE ENEBRO, PAPAS, FRESCAS, REMOLACHA, GALLETAS PARA PERRO, CAÑA DE AZÚCAR, CÁSCARA DE COCO, CASTAÑAS, FRESCAS, CEBOLLAS, VEGETALES FRESCOS, CENTENO, CEBADA ACHICORIA [ENSALADA], FRUTAS CÍTRICAS, COCOS, CHAMPIÑONES, FRESCOS, CRUSTÁCEOS, VIVOS, ARVEJAS, FRESCAS, ESPINACAS, FRESCAS, SALVADO, HARINA DE MANÍ PARA ANIMALES, HARINA DE ARROZ PARA FORRAJE, HARINA DE LINAZA [FORRAJE], HARINA PARA ANIMALES, FRIJOLES, FRESCOS, HENO, FLORES, NATURALES, FLORES, SECAS, PARA DECORACIÓN, FRUTA, FRESCA, GRANOS [CEREALES], GRANOS DE CACAO, CRUDOS, PEPINOS DE MAR, VIVOS, LANGOSTAS ESPINOSAS, VIVAS, LANGOSTAS, VIVAS, CANGREJOS DE RÍO, VIVOS, NARANJAS, VEGETALES, FRESCOS, LENTEJAS, FRESCAS, LEVADURA PARA CONSUMO ANIMAL, LIMONES, FRESCOS, SEMILLA DE LINAZA PARA CONSUMO ANIMAL, LÚPULO, MALTA PARA CERVEZA Y

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

DESTILADOS, MARISCOS, VIVOS, TORTA ACEITERA, MEJILLONES, VIVOS, MAÍZ, NUECES DE KOLA, NUECES [FRUTAS], MASCADAS COMESTIBLES PARA ANIMALES, HUESO DE SEPIA PARA PÁJAROS, OSTRAS, VIVAS, HUEVAS DE PESCADO, CAMAS DE PAJA, PAJA [FORRAJE], COHOMBROS, FRESCOS, PIMIENTOS [PLANTAS], PLANTAS, PLANTAS DE ALOE VERA, PLANTAS, SECAS, PARA DECORACIÓN, HARINA DE SEMILLA DE LINAZA PARA CONSUMO ANIMAL, ARBUSTOS DE ROSA, GRANOS [SEMILLAS], SEMILLAS DE CEREAL, NO PROCESADAS, TORTAS PARA PROPAGACIÓN DE CHAMPIÑONES, GRANOS PARA CONSUMO ANIMAL, AJONJOLÍ, TRIGO, TRUFAS, FRESCAS, UVAS, FRESCAS.

(32): AGUA CARBONATADA, AGUAS [BEBIDAS], AGUAS DE MESA, AGUA CON GAS, AGUA LITIADA, AGUA MINERAL [BEBIDAS], APERITIVOS, SIN ALCOHOL, BEBIDAS DE SUERO, BEBIDAS DE ALOE VERA, SIN ALCOHOL, BEBIDAS DE ZUMOS DE FRUTAS SIN ALCOHOL, BATIDOS DE FRUTAS, BEBIDAS ISOTÓNICAS, BEBIDAS A BASE DE MIEL SIN ALCOHOL, BEBIDAS SIN ALCOHOL, CERVEZA, CERVEZA DE MALTA, CÓCTELES, SIN ALCOHOL, ESENCIAS PARA HACER BEBIDAS, EXTRACTOS DE FRUTAS SIN ALCOHOL, EXTRACTOS DE LÚPULO PARA HACER CERVEZA, CERVEZA DE JENGIBRE, HIDROMIEL [BEBIDA SIN ALCOHOL], LECHE DE ALMENDRAS [BEBIDA], LECHE DE MANÍ [BEBIDA SIN ALCOHOL], LIMONADAS, CERVEZA FERMENTADA O SIN FERMENTAR, MALTA FERMENTADA O SIN FERMENTAR, MOSTO DE UVAS, SIN FERMENTAR, MOSTO, NÉCTARES DE FRUTA, SIN ALCOHOL, HORCHATA, DULCES DUROS PARA BEBIDAS EFERVESCENTES, POLVOS PARA BEBIDAS EFERVESCENTES, PREPARACIONES PARA HACER BEBIDAS, PREPARACIONES PARA HACER LICORES, PREPARACIONES PARA HACER AGUA CON GAS, PREPARACIONES PARA HACER AGUA MINERAL, ZARZAPARRILLA [BEBIDA SIN ALCOHOL], AGUA DE SODA, SORBETES [BEBIDAS], CIDRA, SIN ALCOHOL, JUGO DE TOMATE [BEBIDA], JUGOS DE FRUTA, JUGOS DE VEGETALES [BEBIDAS], JARABES PARA BEBIDAS, JARABES PARA LIMONADA.

(33): AJENJO, PIQUETTE, LICOR DE CIDRA PROTEGIDO POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALVADOS, BRANDY, LICOR DE PERAS, LICORES CHINOS A BASE DE SORGO, VINOS PROTEGIDOS POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN CHAMPAGNE, LICORES DE VINO PROTEGIDOS POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN COGNAC, LICORES DE VINO PROTEGIDOS POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ARMAGNAC, LICORES PROTEGIDOS POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN MEZCAL, LICORES PROTEGIDOS POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN TEQUILA, LICORES PROTEGIDOS POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

TEQUILA CON INFUSIÓN DE VITAMINAS, ALCOHOL DE ARROZ, LICOR DE ANGOSTURA, AMONTILLADO, ANISADO [LICOR], ANISETTE [LICOR], APERITIVOS A BASE DE LICOR, AQUAVIT, ARRACK [ARAK], BEBIDAS A BASE DE RON, BEBIDAS A BASE DE VINO, BEBIDAS DE MALTA CON ALCOHOL, EXCEPTO CERVEZA, BEBIDAS ALCOHÓLICAS QUE CONTIENEN FRUTA, BEBIDAS ALCOHÓLICAS, EXCEPTO CERVEZA, BEBIDAS ALCOHÓLICAS PREMEZCLADA, DIFERENTES DE APERITIVOS A BASE DE CERVEZA BEBIDAS BAJAS EN ALCOHOL, EXCEPTO CERVEZAS, QUE CONTIENEN NO MÁS DE 1.2% POR VOLUMEN DE ALCOHOL, BEBIDAS SABORIZADAS ELABORADAS CON MALTA, EXCEPTO CERVEZAS, BEBIDAS DESTILADAS, LICORES [BEBIDAS], WHISKY DE CENTENO, LICOR DE CEREZAS, BRANDY DE COCINA, CIDRA, COCTELES CON CIDRA FERMENTADA BEBIDAS DE CÓCTEL DE FRUTA CON ALCOHOL, CURAZAO, DIGESTIVOS [LICORES], ESENCIAS CON ALCOHOL, EXTRACTOS CON ALCOHOL, EXTRACTOS DE FRUTAS, CON ALCOHOL, SABAJÓN CON ALCOHOL GINEBRA, GRAPA, HIDROMIEL, KIRSCH, LICORES DE MENTA, LICOR JAPONÉS SABORIZADO CON EXTRACTOS DE CIRUELAS DE JAPÓN, LICOR JAPONÉS QUE CONTIENE EXTRACTOS DE LA VÍBORA MAMUSHI, LICOR JAPONÉS SABORIZADO CON EXTRACTOS DE AGUJAS DE PINO, LICORES, LICORES CREMOSOS, LICOR JAPONÉS QUE CONTIENEN EXTRACTOS DE HIERBAS, MEZCLAS DE CÓCTEL CON ALCOHOL, OUZO, MISTELA DE MANZANA CON CALVADOS, RON, RON CON INFUSIÓN DE VITAMINAS, RON DE JUGO DE CAÑA, SAKE, SAMBUCA, SCHNAPPS, VINO, VINOS DE FRUTA, VINOS JAPONESES DE UVAS DULCES QUE CONTIENEN EXTRACTOS DE GINSENG Y CORTEZA DE QUINA, VODKA, WHISKY.

(34): BOLSAS DE TABACO.

(35): SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR, SERVICIOS DE TIENDAS DE MÚSICA Y GRABACIONES AL POR MENOR, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR RELACIONADOS CON LA VENTA DE ARTÍCULOS DE INGENIERÍA, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA ARTÍCULOS PERSONALES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA BOLSAS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA CALZADO, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA COSMÉTICOS, ARTÍCULOS DE TOCADOR, DENTÍFRICOS, JABONES Y DETERGENTES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA PRENDAS DE VESTIR, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

ALIMENTOS Y BEBIDAS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA ATROZ Y CEREALES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA ARTÍCULOS DEPORTIVOS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA PAPEL Y ÚTILES DE ESCRITORIO, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA AUTOMÓVILES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA BICICLETAS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA TÉ, CAFÉ Y CACAO, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA MATERIALES IMPRESOS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA FRUTAS Y VEGETALES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA APAREJOS DE PESCA, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA MUEBLES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA CONFITERÍA, PAN Y BOLLOS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA PREPARACIONES FARMACÉUTICAS, VETERINARIAS Y SANITARIAS Y SUMINISTROS MÉDICOS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA TEXTILES TEJIDOS Y PRENDAS DE VESTIR D CAMA, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA VEHÍCULOS MOTORIZADOS DE DOS RUEDAS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA TABACO Y ARTÍCULOS PARA FUMADORES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR POR CORREO EN EL CAMPO DE LAS PRENDAS DE VESTIR Y ACCESORIOS DE PRENDAS DE VESTIR, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR PRESTADOS POR TIENDAS DE ABARROTES, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR, SERVICIOS COMPUTARIZADOS DE PEDIDOS EN LÍNEA, SERVICIOS DE TIENDAS AL POR MENOR EN LÍNEA QUE OFRECEN PRODUCTOS COSMÉTICOS Y DE BELLEZA Y PRENDAS DE VESTIR Y ACCESORIOS, SERVICIOS DE TIENDAS AL POR MENOR EN LÍNEA QUE OFRECEN VESTUARIO, EQUIPAJE, BOLSOS DE MANO, RELOJES, JOYERÍA, Y COSMÉTICOS PARA EL CUERPO Y CUIDADO DE LA BELLEZA, SERVICIOS DE TIENDAS AL POR MENOR EN LÍNEA QUE OFRECEN PRENDAS DE VESTIR, JOYERÍA, ACCESORIOS PARA MASCOTAS, GRABACIONES DE VIDEO Y AUDIO, MATERIALES EDUCATIVOS, ARTÍCULOS IMPRESOS Y DE PAPELERÍA, JUGUETES Y REGALOS, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR DE PEDIDOS POR CORREO PARA COSMÉTICOS,



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR OFRECIDOS POR TIENDAS DE ROPA, SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR PARA SOFTWARE DE COMPUTADOR, VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS.

(41): EDUCACIÓN; SERVICIOS DE CAPACITACIÓN; ESPARCIMIENTO; ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y CULTURALES.

(43): CAFÉS, CAFETERÍAS, APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA BANQUETES, APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CÓCTELES, APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA INSTITUCIONES, ASESORÍA SOBRE RECETAS DE COCINA, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS DE DONUTS, SUMINISTRO DE ALIMENTO Y ALOJAMIENTO EN BALNEARIOS SANATORIOS QUE SE ESPECIALIZAN EN PROMOVER PATRONES DE LA SALUD Y EL BIENESTAR DE LOS HUÉSPEDES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PEQUEÑOS, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CAFÉS DE INTERNET, SUMINISTRO DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ALOJAMIENTO TEMPORAL PARA HUÉSPEDES, SUMINISTRO ALOJAMIENTO DE EN HOTELES Y MOTELES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES Y BARES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES EN RESTAURANTES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS COMO PARTE DE SERVICIOS HOTELEROS, SERVIR ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ESTABLECIMIENTOS DE VENTA AL POR MENOR Y PARA LLEVAR, SERVICIO DE TÉ, CAFÉ, CACAO, BEBIDAS CARBONADAS O BEBIDAS DE ZUMOS DE FRUTAS, SUMINISTRO DE COMIDAS PARA CONSUMO INMEDIATO, HELADERÍAS, PIZZERÍAS, PREPARACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CONSUMO INMEDIATO, PREPARACIÓN DE ALIMENTOS ESPAÑOLES PARA CONSUMO INMEDIATO, PREPARACIÓN DE ALIMENTOS JAPONESES PARA CONSUMO INMEDIATO, PREPARACIÓN Y PROVISIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CONSUMO INMEDIATO, PREPARACIÓN Y PROVISIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CONSUMO DENTRO Y FUERA DE LAS INSTALACIONES, PREPARACIÓN Y PROVISIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CONSUMO EN ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS, SERVICIOS DE SUMINISTRO Y APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA INSTALACIONES DE EXPOSICIÓN, SERVICIOS DE SUMINISTRO Y APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA EVENTOS DEPORTIVOS, CONCIERTOS, CONVENCIONES Y EXPOSICIONES, SERVICIOS DE SUMINISTRO Y APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA FERIAS Y EXPOSICIONES, RESTAURANTES, RESTAURANTES DE AUTOSERVICIO,

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

RESTAURANTES TURÍSTICOS, SERVIR ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PEQUEÑOS, SERVICIO DE ALIMENTO Y BEBIDAS EN LECHERÍAS, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES Y BARES, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS DE DONUTS, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES EN RESTAURANTES, SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA LLEVAR, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CAFÉS INTERNET, SERVICIOS MÓVILES DE CAFÉ PARA SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, CAFÉ, SERVICIOS DE CAFETERÍA Y RESTAURANTE, SERVICIOS DE CAFÉ Y RESTAURANTES, SERVICIOS DE CAFETERÍA Y RESTAURANTE, APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, SERVICIOS DE SUMINISTRO Y APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CENTROS DE CONVENCIONES, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA SUMINISTRO DE COCINA ESPAÑOLA, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA SUMINISTRO DE COCINA EUROPEA, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA SUMINISTRO DE COCINA JAPONESA, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA CAFETERÍAS INSTITUCIONALES, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA CENTROS DE CONFERENCIAS, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA ESCUELAS, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA PROVISIÓN DE CAFÉ EN OFICINAS, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA ANCIANATOS, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA SANATORIOS, SERVICIOS DE APROVISIONAMIENTO PARA SUITES HOSPITALARIAS, SERVICIOS DE ALIMENTOS PARA LLEVAR, CAFETERÍAS.

SD2019/0059332

(16): PAPELERÍA EN GENERAL; PAPEL Y CARTÓN; PRODUCTOS DE IMPRENTA; MATERIAL DE ENCUADERNACIÓN; FOTOGRAFÍAS; ARTÍCULOS DE PAPELERÍA Y ARTÍCULOS DE OFICINA, EXCEPTO MUEBLES; ADHESIVOS (PEGAMENTOS) DE PAPELERÍA O PARA USO DOMÉSTICO; MATERIAL PARA ARTISTAS Y MATERIAL DE DIBUJO; PINCELES; MATERIAL DE INSTRUCCIÓN Y MATERIAL DIDÁCTICO; HOJAS, PELÍCULAS Y BOLSAS DE MATERIAS PLÁSTICAS PARA EMBALAR Y EMPAQUETAR; CARACTERES DE IMPRENTA, CLICHÉS DE IMPRENTA.

(25): PRENDAS DE VESTIR; CALZADO; ARTÍCULOS DE SOMBRERERÍA; ABRIGOS; BOTAS; BOTINES; CALCETINES; CALZADO DE DEPORTE; CALZONCILLOS; CAMISAS; CAMISETAS DE DEPORTE; CAMISETAS [DE MANGA CORTA]; CAPUCHAS; CHALECOS; CHAQUETAS; CHALES; CINTURONES [PRENDAS DE VESTIR]; CORBATAS; DELANTALES [PRENDAS DE VESTIR]; FAJAS [ROPA INTERIOR]; FALDAS; GORROS; GUANTES

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

[PRENDAS DE VESTIR]; MEDIAS; PANTALONES; PIJAMAS; ROPA DE CUERO; ROPA DE CUERO DE IMITACIÓN; ROPA INTERIOR; SANDALIAS; SOSTENES; SUÉTERES; TRAJES; VESTIDOS.

(35): PUBLICIDAD; INVESTIGACIÓN COMERCIAL; DEMOSTRACIÓN DE PRODUCTOS; DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO [FOLLETOS, PROSPECTOS, IMPRESOS, MUESTRAS]; MARKETING; ORGANIZACIÓN DE EXPOSICIONES CON FINES COMERCIALES O PUBLICITARIOS; ORGANIZACIÓN DE FERIAS CON FINES COMERCIALES O PUBLICITARIOS; PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN CUALQUIER MEDIO DE COMUNICACIÓN PARA SU VENTA AL POR MENOR; RELACIONES PÚBLICAS; SERVICIOS DE ABASTECIMIENTO PARA TERCEROS [COMPRA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA OTRAS EMPRESAS]; VENTA BAJO CUALQUIER MODALIDAD COMERCIAL DE TODA CLASE DE MERCANCÍA Y PRODUCTOS NACIONALES Y EXTRANJEROS AL POR MAYOR Y/O AL DETAL; IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE TODA CLASE.

(41): EDUCACIÓN; SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO; SERVICIOS DE CLUBES [EDUCACIÓN O ENTRETENIMIENTO]; ORGANIZACIÓN DE COMPETICIONES DEPORTIVAS; ORGANIZACIÓN DE EXPOSICIONES CON FINES CULTURALES O EDUCATIVOS; ORGANIZACIÓN DE CONCURSOS [ACTIVIDADES EDUCATIVAS O RECREATIVAS]; ORGANIZACIÓN DE ESPECTÁCULOS [SERVICIOS DE EMPRESARIOS]; ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y RECEPCIONES; ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE CONCIERTOS; PRODUCCIÓN DE ESPECTÁCULOS; REPRESENTACIONES TEATRALES.

SD2020/0024031

(35): Publicidad; demostración de productos; distribución de material publicitario [folletos, prospectos, impresos, muestras]; organización de exposiciones con fines comerciales o publicitarios; organización de ferias con fines comerciales o publicitarios; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta al por menor; servicios de abastecimiento para terceros [compra de productos y servicios para otras empresas]; servicios de venta al por mayor y al por menor en comercio y a través de redes mundiales informáticas de publicaciones, libros, manuales, folletos, catálogos; venta bajo cualquier modalidad comercial de toda clase de mercancía y productos nacionales y extranjeros al por mayor y/o al detal; importación y exportación de productos de toda clase.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

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

Clase 29 solicitada vs. clase 35 opositora SD2021/0098632 y SD2021/0098627

Razonabilidad: En efecto, el signo solicitado pretende distinguir: “Aceites comestibles; aceites condimentados; aceites condimentados para uso culinario; aceites de frutos secos; aceites de frutos secos para uso culinario; aceites de lavanda para uso culinario; aceites de piñones; aceites de semillas de algodón para uso culinario; aceites de semillas de pino; aceites endurecidos [aceites hidrogenados para uso alimenticio]; aceites endurecidos para uso alimenticio; aceites endurecidos para uso culinario; aceites hidrogenados para uso alimenticio; aceites solidificados para uso alimenticio; aceites vegetales para uso alimenticio; aceites vegetales para uso culinario; aceites y grasas comestibles; aceites y grasas comestibles para ser utilizados como diluyentes culinarios; aceites y grasas para uso alimenticio; mezclas de aceites para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales; mezclas de aceites vegetales para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales para uso culinario; jamones; chorizo; quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]; aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimiento morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas)”.

Por su parte, los registros opositores distinguen, entre otros, el servicio “Promoción de la venta de productos y servicios de terceros mediante la concesión de puntos de compra por el uso de la tarjeta de crédito”.

Así las cosas, esta Dirección observa que el servicio opositor no discrimina productos específicos, razón por la cual comprende potencialmente toda clase de productos comercializados en el mercado, incluidos los productos alimenticios identificados por el signo solicitado. En ese sentido, resulta razonable considerar que quien promociona la venta de productos de terceros, especialmente productos alimenticios y de consumo masivo, pueda igualmente incursionar en la comercialización directa de productos alimenticios propios, incluidos aceites y demás productos de la clase 29 solicitada.

Clase 29 solicitada vs. clase 29 opositora 12121607

Intercambiabilidad: Ahora bien, respecto de la clase 29 opositora identificada bajo el expediente 12121607, esta Dirección encuentra conexidad competitiva por intercambiabilidad entre “ACEITES DE OLIVA PARA ALIMENTO” de la opositora y los siguientes productos solicitados: “Aceites comestibles; aceites condimentados; aceites condimentados para uso culinario; aceites de frutos secos; aceites de frutos secos para uso culinario; aceites de lavanda para uso culinario; aceites de piñones; aceites de semillas de algodón para uso culinario; aceites de semillas de pino; aceites endurecidos [aceites hidrogenados para uso alimenticio]; aceites endurecidos para uso alimenticio; aceites endurecidos para uso culinario; aceites hidrogenados para

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

uso alimenticio; aceites solidificados para uso alimenticio; aceites vegetales para uso alimenticio; aceites vegetales para uso culinario; aceites y grasas comestibles; aceites y grasas comestibles para ser utilizados como diluyentes culinarios; aceites y grasas para uso alimenticio; mezclas de aceites para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales; mezclas de aceites vegetales para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales para uso culinario”.

Lo anterior, toda vez que se trata de productos de naturaleza semejante, destinados al consumo alimenticio y utilizados para finalidades culinarias equivalentes, siendo plenamente sustituibles en el mercado.

Clase 29 solicitada vs. clase 29 opositora 12121607

Razonabilidad: Así mismo, esta Dirección encuentra conexidad competitiva por razonabilidad entre los productos opositores **“champiñones”, “frutas” y “pepinillos”** y los siguientes productos solicitados: **“aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimienta morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas)”.**

En efecto, todos corresponden a productos alimenticios frecuentemente comercializados de manera conjunta dentro de supermercados, tiendas gourmet o líneas de alimentos conservados y preparados, pudiendo provenir razonablemente de un mismo origen empresarial.

Clase 29 solicitada vs. clase 29 opositora 12121607

Razonabilidad: Igualmente, esta Dirección advierte conexidad competitiva por razonabilidad entre **“bebidas lácteas”** de la opositora y los productos solicitados **“quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]”.**

Ello, por cuanto se trata de productos derivados lácteos que comparten canales de comercialización, consumidores y origen industrial.

Clase 29 solicitada vs. clase 30 opositora 12121607

Razonabilidad: Ahora bien, esta Dirección considera que existe conexidad competitiva por razonabilidad entre los productos solicitados **“quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]”** y el producto opositor **“BEBIDAS CON LECHE”.**

Lo anterior, dado que ambos corresponden a productos alimenticios derivados de la leche, dirigidos al mismo público consumidor y usualmente comercializados por las mismas empresas del sector alimenticio.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

Clase 29 solicitada vs. clase 31 opositora 12121607

Razonabilidad: Así mismo, existe conexidad competitiva por razonabilidad entre los productos solicitados “**aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimiento morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas)**” y el producto opositor “**ALGAS PARA CONSUMO HUMANO**”.

Lo anterior, debido a que se trata de productos alimenticios preparados o destinados al consumo humano que pueden ser ofrecidos dentro de líneas gourmet, conservas o alimentos especiales.

Inexistencia de conexidad competitiva entre la clase 29 solicitada y la clase 32 opositora

Por otra parte, esta Dirección no encuentra conexidad competitiva entre los productos de la clase 29 solicitada y los productos comprendidos en la clase 32 opositora, toda vez que corresponden a naturalezas, finalidades y canales comerciales distintos. En efecto, mientras los productos de la clase 29 corresponden principalmente a alimentos sólidos, conservas, aceites y derivados lácteos, los productos de la clase 32 se relacionan principalmente con bebidas no alcohólicas, aguas y preparaciones líquidas para beber, razón por la cual el consumidor no esperaría razonablemente que provengan del mismo origen empresarial.

Clase 29 solicitada vs. clase 35 opositora 12121607

Razonabilidad: Ahora bien, esta Dirección encuentra conexidad competitiva entre todos los productos de la clase 29 solicitada y los servicios opositores “**SERVICIOS DE VENTAS AL POR MENOR O SERVICIOS DE VENTAS AL POR MAYOR PARA ALIMENTOS**”.

Lo anterior, dado que dichos servicios tienen como finalidad precisamente la comercialización de alimentos, categoría dentro de la cual se encuentran comprendidos todos los productos pretendidos por el signo solicitado, de manera que el opositor podría incursionar en la comercialización de los productos solicitados.

Clase 29 solicitada vs. clase 43 opositora 12121607

Razonabilidad: Así mismo, esta Dirección considera que existe conexidad competitiva por razonabilidad entre todos los productos de la clase 29 solicitada y los servicios opositores “**CAFÉS, CAFETERÍAS, APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA BANQUETES, APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CÓCTELES, APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA INSTITUCIONES, (...) SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES Y BARES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES EN RESTAURANTES, SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS COMO PARTE DE SERVICIOS HOTELEROS, (...) SERVICIOS DE SUMINISTRO Y APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA EVENTOS DEPORTIVOS, CONCIERTOS, CONVENCIONES Y EXPOSICIONES,**”

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

SERVICIOS DE SUMINISTRO Y APROVISIONAMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA FERIAS Y EXPOSICIONES, RESTAURANTES, RESTAURANTES DE AUTOSERVICIO, RESTAURANTES TURÍSTICOS, SERVIR ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PEQUEÑOS, SERVICIO DE ALIMENTO Y BEBIDAS EN LECHERÍAS, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES Y BARES, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS DE DONUTS, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES, SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HUÉSPEDES EN RESTAURANTES, SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA LLEVAR”.

Ello, en consideración a que los servicios de restaurante, cafetería y suministro de alimentos involucran directamente la preparación, utilización y comercialización de productos alimenticios como los pretendidos por el signo solicitado, siendo razonable que el consumidor considere que ambos provienen de un mismo origen empresarial.

Clase 29 solicitada vs. clase 35 opositora SD2019/0059332

Razonabilidad: Finalmente, esta Dirección encuentra conexidad competitiva por razonabilidad entre todos los productos de la clase 29 solicitada y el servicio opositor **“IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE TODA CLASE”.**

En efecto, dicho servicio no discrimina productos específicos, razón por la cual comprende potencialmente todos los productos alimenticios identificados por el signo solicitado. En ese sentido, resulta razonable considerar que quien importa y exporta productos de toda clase pueda igualmente comercializar productos alimenticios propios, incluidos aceites, quesos, aceitunas y demás productos comprendidos en la solicitud.

Clase 29 solicitada vs. clase 35 opositora SD2020/0024031

Razonabilidad: Así mismo, esta Dirección considera que existe conexidad competitiva por razonabilidad entre todos los productos de la clase 29 solicitada y el servicio opositor **“venta bajo cualquier modalidad comercial de toda clase de mercancía y productos nacionales y extranjeros al por mayor y/o al detal; importación y exportación de productos de toda clase”.**

Lo anterior, toda vez que el servicio opositor comprende potencialmente cualquier tipo de producto comercializable, incluidos los productos alimenticios pretendidos por el signo solicitado. En consecuencia, resulta razonable considerar que quien comercializa productos de toda clase pueda igualmente incursionar en la producción o comercialización directa de productos alimenticios como los identificados en la solicitud.

Análisis comparativo frente a las marcas antecedentes

Ahora bien, efectuado el cotejo entre el signo solicitado **“LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO”** (mixto) y los antecedentes **“ALEGRIA”** (nominativo) y **“ALEGRIA”** (mixto), esta Dirección encuentra que sí existe similitud relevante entre los signos confrontados.

En primer lugar, debe precisarse que en ambos casos el elemento denominativo constituye el componente preponderante del conjunto marcario, en la medida en que es a través de la expresión verbal como el consumidor identifica, solicita y recuerda los productos en el mercado. En el antecedente, los signos se encuentran conformados por el vocablo **“ALEGRIA”**, mientras que en el signo solicitado dicha expresión se encuentra incorporada de manera destacada dentro del conjunto.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

En efecto, en el signo solicitado la expresión “**LA ALEGRÍA**” aparece en un tamaño tipográfico superior respecto de los demás elementos que lo componen, ubicada en la parte inicial del signo y ocupando la posición de mayor impacto visual. Esta circunstancia no es menor, pues conforme a los criterios reiterados por la jurisprudencia andina, el consumidor tiende a otorgar mayor recordación al elemento inicial del signo, especialmente cuando este coincide con el núcleo denominativo de un registro anterior.

Así, el signo solicitado contiene íntegramente el vocablo protegido por el antecedente nominativo “**ALEGRIA**”, incorporándolo como su elemento central y dominante. La adición del artículo “**LA**” no le resta identidad sustancial, pues se trata de un elemento gramatical accesorio que no altera la percepción conceptual ni fonética del término principal.

De otra parte, el elemento “**DE IBÁÑEZ**” se presenta en un tamaño inferior y con menor impacto visual dentro del conjunto marcario, cumpliendo una función complementaria que no desplaza el protagonismo de la expresión “**LA ALEGRÍA**”. En consecuencia, no logra neutralizar la coincidencia sustancial existente respecto del elemento nuclear.

Así mismo, la expresión “**AL MEJOR PRECIO**” posee carácter claramente laudatorio o promocional, al destacar una supuesta ventaja económica del producto. Por tal razón, carece de suficiente fuerza distintiva y no puede considerarse como elemento diferenciador idóneo dentro del análisis de confundibilidad.

Desde el plano ortográfico, fonético y conceptual, la coincidencia en el vocablo “**ALEGRIA**” resulta determinante, pues constituye la totalidad del signo antecedente y el núcleo identificador del signo solicitado. Conceptualmente, ambos evocan la misma idea o sentimiento; fonéticamente comparten la misma secuencia silábica principal; y gráficamente el término aparece destacado en el signo solicitado.

Adicionalmente, se observa coincidencia en los productos que identifican los signos, los cuales se encuentran comprendidos en la misma clase internacional, lo que incrementa el riesgo de confusión en el consumidor medio.

En aplicación del principio de interdependencia, conforme al cual el grado de semejanza entre los signos puede compensarse con la identidad o proximidad de los productos, y viceversa, la alta coincidencia en el elemento denominativo principal, sumada a la identidad de los productos, conduce a concluir preliminarmente que podría configurarse riesgo de confusión directa o de asociación.

En consecuencia, al verificarse identidad en el elemento más importante y distintivo del antecedente —esto es, el vocablo “**ALEGRIA**”— incorporado de manera predominante en el signo solicitado, esta Dirección procederá a analizar la conexidad competitiva con mayor detalle a efectos de determinar la configuración definitiva del riesgo de confusión.

Conexión competitiva de las clases solicitadas frente a las clases de los signos opositores

El signo solicitado pretende distinguir:

(29) Aceites comestibles; aceites condimentados; aceites condimentados para uso culinario; aceites de frutos secos; aceites de frutos secos para uso culinario; aceites de lavanda para uso culinario; aceites de piñones; aceites de semillas de algodón para uso culinario; aceites de semillas de pino; aceites endurecidos [aceites hidrogenados para uso alimenticio]; aceites endurecidos para uso alimenticio; aceites endurecidos para uso culinario; aceites hidrogenados para uso alimenticio; aceites solidificados para uso alimenticio; aceites vegetales para uso alimenticio; aceites vegetales para uso culinario; aceites y grasas

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

comestibles; aceites y grasas comestibles para ser utilizados como diluyentes culinarios; aceites y grasas para uso alimenticio; mezclas de aceites para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales; mezclas de aceites vegetales para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales para uso culinario; jamones; chorizo; quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]; aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimiento morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas).

Los signos hallados de oficio identifican:

Expediente

Productos

9215546529

(29) ACEITES COMESTIBLES Y MANTECA, PRODUCTOS COMPRENDIDOS EN LA CLASE 29A. DEL DECRETO 755 DE 1972.

94042316

(29) ACEITES COMESTIBLES, MANTECA, GRASAS PARA FREIR Y MARGARINA.

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 y servicios 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. (...)*”²¹.

En este punto es importante traer a colación la Teoría de la Interdependencia, al respecto manifestó el Tribunal Andino de Justicia en el Proceso 135-IP-2004:

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

²¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

Análisis de conexidad competitiva de la Clase 29 solicitada frente a las Clases 29 de las marcas hallada de oficio

En primer término, se advierte identidad directa entre los productos “aceites comestibles” distinguidos por los antecedentes y los productos “aceites comestibles” comprendidos expresamente dentro del listado del signo solicitado. Esta coincidencia configura conexidad competitiva por identidad, al tratarse exactamente del mismo producto, destinado al mismo público consumidor y comercializado a través de los mismos canales.

En segundo lugar, se evidencia una relación de género–especie, en la medida en que los antecedentes amparan la categoría general “aceites comestibles”, mientras que el signo solicitado desagrega múltiples especies de dicha categoría, tales como aceites vegetales para uso alimenticio, aceites de frutos secos, aceites de semillas, aceites hidrogenados, mezclas de aceites vegetales, entre otros. En este contexto, los productos específicos solicitados se encuentran comprendidos dentro del género protegido por los antecedentes, lo que refuerza la proximidad competitiva.

Adicionalmente, respecto de los productos “manteca, grasas para freír y margarina” identificados por los antecedentes, existe una clara relación de razonabilidad frente a los demás productos distinguidos por el signo solicitado. En efecto, aceites, mantecas, grasas y margarinas constituyen insumos alimenticios de naturaleza semejante, destinados a la preparación, cocción o acompañamiento de alimentos, compartiendo finalidad, canales de comercialización (supermercados, tiendas de víveres, grandes superficies), público objetivo y ubicación en los mismos espacios de exhibición.

Incluso frente a los demás productos del signo solicitado —como quesos, embutidos y aceitunas— se advierte una razonable cercanía económica y funcional, al tratarse de productos alimenticios que integran la misma categoría general de alimentos procesados, usualmente comercializados bajo marcas que pueden extenderse a diversas líneas de productos dentro de la clase 29. El consumidor medio puede legítimamente asumir que tales productos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas.

En aplicación del principio de interdependencia, la identidad y alta similitud denominativa previamente establecida, sumada a la identidad y estrecha relación competitiva de los productos, incrementa el riesgo de confusión directa o indirecta en el mercado.

De manera que, esta Dirección concluye que existe conexidad competitiva relevante entre los productos distinguidos por el signo solicitado y aquellos amparados por los antecedentes hallados de oficio, lo cual refuerza la configuración del riesgo de confusión.

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

Notoriedad del signo distintivo opositor

La sociedad opositora, alega la notoriedad del siguiente signo:

Signo	Cobertura
	<i>“Servicios de comercialización al por mayor y al por menor de productos que se venden en supermercados, tales como; alimentos y bebidas; productos de aseo personal y del hogar;</i>

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO	<i>cosméticos; productos de limpieza; electrodomésticos, utensilios y recipientes para uso doméstico, artículos decorativos, artículos deportivos, juegos, juguetes”,</i> comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.
--------------------------------	--

Pronunciamientos previos acerca de la notoriedad de la marca “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” (mixta):

Sobre la notoriedad de la marca “**ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO**” (mixta) alegada por la parte opositora esta Dirección encuentra lo siguiente:

- Mediante Resolución N°90192 del 4 noviembre de 2025, proferida dentro del expediente N°SD2024/0038379, la Dirección de Signos Distintivos declaró la notoriedad de la marca “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” (Mixta) para identificar “Servicios de comercialización al por mayor y al por menor de productos que se venden en supermercados, tales como; alimentos y bebidas; productos de aseo personal y del hogar; cosméticos; productos de limpieza; electrodomésticos, utensilios y recipientes para uso doméstico, artículos decorativos, artículos deportivos, juegos, juguetes”, comprendidos en la clase 35° de la Clasificación de Niza, por el periodo comprendido entre enero de 2019 y junio de 2024.

Esta Dirección al revisar cada uno de los documentos que obran en el expediente, pudo constatar que, conforme al Capítulo Primero del Título X de la Circular Única, modificado por la Resolución N°7981 del 25 de febrero de 2025, emitida por esta Superintendencia, cuya vigencia inició el 25 de febrero de 2025, la sociedad opositora, no realizó el pago correspondiente a la invocación de notoriedad dentro de un trámite de oposición según lo establecido en el numeral 1.1.2.2.7 de la mencionada resolución, restringiendo el pago de la tasa únicamente a la presentación de oposición, según lo establecido en el numeral 1.1.2.2.3 del mismo acto administrativo, análisis desarrollado previamente en la presente resolución. De manera que, la Dirección, se abstendrá de realizar el análisis del material probatorio aportado para extender la notoriedad del signo **ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO** (mixto).

De conformidad con lo anterior, se considera palmario resaltar sobre el estatus de notoriedad del signo opositor que, aunque el grado de notoriedad de una marca varíe con el tiempo, es decir que una marca notoria en el pasado puede no serlo en la actualidad, en el presente caso, la fecha de solicitud del signo objeto de análisis se encuentra en un periodo considerablemente cercano al último periodo de declaratoria de notoriedad.

En otras palabras, la solicitud de registro efectuada el 23 de julio de 2025, se realizó a los trece meses del periodo hasta el cual fue declarado la notoriedad de la marca “**ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO**” (mixta), es decir, el 31 de julio de 2024. Partiendo de ello, esta Dirección puede estimar que dicho estatus persiste desde esa fecha y hasta la fecha de presentación de la solicitud, por ende, está Dirección procederá con el análisis convocado por la opositora, siendo procedente extender los efectos de dicha notoriedad y proceder con el análisis que se desprende a la luz de la causal de irregistrabilidad contemplada en el artículo 136 literal h) de la Decisión 486 de 2000.

Análisis comparativo frente a marca notoria “ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO” (mixta)



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

Los signos bajo estudio son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
 LA ALEGRIA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO	 ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO

Riesgo de confusión: La marca notoria regulada en la Decisión 486 es protegida respecto de aquellos productos o servicios diferentes que se encuentren dentro del sector pertinente con la finalidad de evitar la dilución de la fuerza distintiva del valor comercial o publicitario de la marca notoria, así como evitar el aprovechamiento injusto de su prestigio. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones, Proceso IP 364-2018, del 26 de julio de 2019:

“(…) La marca notoria regulada en la Decisión 486 y la marca renombrada rompen los principios de territorialidad, principio registral y uso real y efectivo, por lo que esta clase de marcas obtienen protección en un país miembro de la Comunidad Andina así no estén registradas ni sean usadas en ese país miembros. Ambas también rompen el principio de especialidad, pero no con el mismo alcance.

La marca renombrada rompe el principio de especialidad de modo absoluto. por lo que es protegida respecto de todos los productos o servicios. La marca notoria regulada en la Decisión 486 rompe el principio de especialidad en forma relativa, de modo que es protegida respecto de productos o servicios idénticos, similares y conexos y también respecto de aquellos productos o servicios diferentes que se encuentran dentro del sector pertinente”. (negrillas propias)

Una vez realizado el estudio, conforme a los criterios señalados previamente, esta Dirección encuentra que la configuración de los signos **“LA ALEGRÍA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO”** (mixto) y los signos opositores estructurados en torno al vocablo **“ARA”**, entre ellos **“ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”**, sí resulta susceptible de generar riesgo de confusión indirecta y asociación en el consumidor medio.

En efecto, si bien el signo solicitado incorpora el elemento **“DE IBAÑEZ”**, lo cierto es que, atendiendo a la configuración gráfica y a la impresión global del conjunto marcario, las expresiones que adquieren mayor impacto visual y comercial son **“LA ALEGRÍA”** y **“AL MEJOR PRECIO”**, las cuales reproducen parcialmente la estructura denominativa utilizada por la marca opositora **“ARA ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”**. Por el contrario, el elemento **“DE IBAÑEZ”** queda relegado a un papel secundario dentro de la composición general del signo, sin suficiente fuerza distintiva para neutralizar la asociación generada por los elementos coincidentes.



Ref. Expediente N° SD2025/0038649

Desde el plano ortográfico, los signos presentan semejanzas relevantes derivadas de la coincidencia en la secuencia “ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”, expresión que ocupa una posición destacada dentro del signo solicitado y que constituye un componente ampliamente asociado a la estrategia comercial y publicitaria del opositor. Aunque el signo solicitado incorpora términos adicionales, el consumidor no realiza un examen analítico o detallado de las marcas, sino que conserva una impresión general e imperfecta de las mismas, razón por la cual la reproducción parcial de dicha estructura resulta apta para generar asociación.

Desde el plano fonético, ambos signos presentan proximidad auditiva significativa, particularmente por la coincidencia en las expresiones “ALEGRÍA” y “AL MEJOR PRECIO”, las cuales son precisamente las de mayor recordación dentro del signo solicitado. En consecuencia, el consumidor podría percibir que se trata de signos vinculados empresarialmente o pertenecientes a una misma familia marcaria.

En el plano conceptual, ambos signos evocan una idea de bienestar, satisfacción y conveniencia económica, reforzada por la utilización coincidente de la expresión “AL MEJOR PRECIO”. Así, el consumidor medio puede asumir razonablemente que el signo solicitado corresponde a una extensión comercial, campaña publicitaria o línea derivada de la marca notoria “ARA”.

Ahora bien, dicha conclusión adquiere especial relevancia si se tiene en consideración el carácter notorio acreditado de la marca “ARA”. En efecto, tratándose de signos notorios, su ámbito de protección se amplía frente a reproducciones parciales o evocaciones capaces de generar asociación en el público consumidor, especialmente cuando se reproducen elementos relevantes de su identidad comercial y publicitaria.

En ese sentido, esta Dirección considera que el signo solicitado sí genera un aprovechamiento injusto del prestigio y posicionamiento alcanzado por la marca notoria opositora, toda vez que se beneficia de la capacidad evocativa y recordativa derivada de la estructura “ALEGRÍA AL MEJOR PRECIO”, ampliamente difundida y reconocida por el consumidor en relación con el opositor. Así, el solicitante obtiene una ventaja competitiva indebida al aproximarse a una expresión asociada comercialmente a la marca notoria, aprovechando indirectamente el esfuerzo publicitario y el reconocimiento adquirido por esta en el mercado.

De igual forma, esta Dirección advierte un riesgo de dilución de la fuerza distintiva de la marca notoria “ARA”, en la medida en que la utilización por terceros de expresiones estrechamente vinculadas a su estrategia comercial puede debilitar progresivamente la capacidad identificadora y singularizadora de la marca opositora frente al público consumidor. En efecto, permitir la coexistencia del signo solicitado implicaría tolerar la apropiación parcial de elementos asociados al signo notorio, afectando su unicidad e intensidad distintiva en el mercado.

Así mismo, la coexistencia de los signos podría inducir al consumidor a asumir equivocadamente la existencia de vínculos económicos, comerciales o de patrocinio entre las partes, configurándose no solo un riesgo de asociación, sino también una afectación al valor comercial y reputacional de la marca notoria opositora.

En consecuencia, apreciados los signos en su conjunto y atendiendo especialmente a la preponderancia visual y comercial de las expresiones “LA ALEGRÍA” y “AL MEJOR PRECIO” dentro del signo solicitado, esta Dirección concluye que sí se configura riesgo de confusión indirecta y asociación respecto de la marca notoria “ARA”, así como aprovechamiento injusto de su prestigio y dilución de su fuerza distintiva, razón por la cual se configura la causal de irregistrabilidad alegada frente al signo solicitado “LA ALEGRÍA DE IBAÑEZ AL MEJOR PRECIO” (mixto).

Ref. Expediente N° SD2025/0038649

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en las causales de irregistrabilidad establecidas en el artículo 136, literales a) y h), de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, por las marcas halladas de oficio + las marcas opositoras.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Declarar **fundada** la oposición interpuesta por **JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.**

ARTÍCULO 2. Negar el registro de la marca **LA ALEGRÍA DE IBÁÑEZ AL MEJOR PRECIO** (mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza²², solicitada por **MARCAS UNIVERSALES S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3. Notificar a **MARCAS UNIVERSALES S.A.S.**, solicitante del registro, y a **JERONIMO MARTINS COLOMBIA S.A.S.**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

²² **29:** Aceites comestibles; aceites condimentados; aceites condimentados para uso culinario; aceites de frutos secos; aceites de frutos secos para uso culinario; aceites de lavanda para uso culinario; aceites de piñones; aceites de semillas de algodón para uso culinario; aceites de semillas de pino; aceites endurecidos [aceites hidrogenados para uso alimenticio]; aceites endurecidos para uso alimenticio; aceites endurecidos para uso culinario; aceites hidrogenados para uso alimenticio; aceites solidificados para uso alimenticio; aceites vegetales para uso alimenticio; aceites vegetales para uso culinario; aceites y grasas comestibles; aceites y grasas comestibles para ser utilizados como diluyentes culinarios; aceites y grasas para uso alimenticio; mezclas de aceites para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales; mezclas de aceites vegetales para uso alimenticio; mezclas de aceites vegetales para uso culinario; jamones; chorizo; quesos; quesos azules; quesos blancos de pasta blanda; quesos en forma de dips; quesos en forma de salsas cremosas; quesos en forma de salsas para mojar; quesos frescos sin madurar; quesos madurados; quesos madurados con mohos; quesos tipo brie; semuda [quesos de leche de vaca]; aceitunas cocidas; aceitunas en conserva; aceitunas en conserva, secas y cocidas; aceitunas en lata; aceitunas enlatadas; aceitunas preparadas; aceitunas procesadas; aceitunas procesadas en lata; aceitunas procesadas enlatadas; aceitunas rellenas de almendras; aceitunas rellenas de pesto en aceite de girasol; aceitunas rellenas de pimiento morrón; cócteles de aceitunas; pasta de aceitunas; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; pasta de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; puré de aceitunas; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva; puré de aceitunas, alcaparras y anchoas con zumo de limón y aceite de oliva [tapenades]; tapenades (pasta de aceitunas).

