

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 37728

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

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 28 de noviembre de 2025, la señora **Carolina Serrano Estrada**, solicitó el registro de la Marca **La Agroecológica del Monte (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en las Clases 3, 29 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1087 del 9 de diciembre de 2025, la sociedad **Del Monte Foods, Inc.**, presentó oposición contra la solicitud de registro en las Clases 29 y 30 Internacional con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“La marca solicitada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (Mixta) reproduce la expresión DEL MONTE presente en las marcas registradas DEL MONTE (nominativa) y DEL MONTE QUALITY (mixta), generando en el consumidor la misma impresión ortográfica y dando la idea de tratarse de marcas relacionadas que tienen el mismo origen empresarial.

Marca solicitada: LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE

Marca registrada: DEL MONTE QUALITY
DEL MONTE

En efecto, la marca solicitada reproduce ocho (8) de las ocho (8) letras, tres (3) de las tres (vocales) y cinco (5) de las cinco (5) consonantes de la marca DEL MONTE. Adicionalmente, ambas marcas cuentan con la misma terminación.

Dicha similitud se ve agravada por el hecho de que la expresión “Agroecológica” carece de aptitud distintiva para identificar productos comprendidos en las clases 29 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza, en la medida en que constituye un término descriptivo del método de producción y de las características de dichos productos.

Por ello, existe un riesgo de confusión inminente y, consecuentemente, la marca solicitada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (Mixta) debe ser negada.

(...)

De la similitud ortográfica existente entre las marcas en conflicto, se deriva una

¹ 3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

similitud fonética, toda vez que la marca solicitada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (Mixta) reproduce parcialmente las marcas registradas DEL MONTE (nominativa) y DEL MONTE QUALITY (mixta), sin contar con elementos adicionales que generen un impacto sonoro diferenciador. Veamos:

LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE/ DEL MONTE/ LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE/ DEL MONTE/ LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE/ DEL MONTE/ LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE/ DEL MONTE QUALITY/ LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE/ DEL MONTE QUALITY/

En consecuencia, al consumidor evidenciar la coincidencia entre el elemento sobre el cual recae la mayor carga sonora, dentro de los dos conjuntos, se verá inducido a un inevitable riesgo de confusión entre éstas, pudiendo pensar que se trata de marcas relacionadas que tienen el mismo origen empresarial o uno relacionado.

Así las cosas, en el presente caso es posible concluir que las marcas enfrentadas son similares desde el punto de vista ortográfico y fonético, ya que, al observarlas en su conjunto y de manera desprevenida como lo hace el consumidor, generan la misma impresión como resultado de la reproducción que hace la marca solicitada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (Mixta) de las marcas previamente registradas DEL MONTE (nominativa) y DEL MONTE QUALITY (mixta).

Por lo tanto, el primer requisito que exige la norma en comento se encuentra debidamente demostrado.

(...)

A la luz de la anterior jurisprudencia, ese Despacho debe tener en cuenta que, de concederse el registro de la marca solicitada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (mixta) para identificar productos relacionados con aquellos identificados por la familia de marcas DEL MONTE, se estarían afectando no solo los intereses de DEL MONTE FOODS, INC. sino también los de los consumidores, quienes relacionarían inmediatamente las marcas en conflicto, pensando que la marca LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (mixta) es una nueva marca de la familia de marcas de DEL MONTE FOODS, INC.

Teniendo en cuenta los anteriores argumentos, le solicitamos a la Delegatura para Propiedad Industrial realizar un análisis de registrabilidad estricto, en el que considere la protección especial que merece la familia de marcas de mi representada.

(...)

En consecuencia, el consumidor podrá elegir entre los productos identificados por las marcas LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE/ DEL MONTE/ DEL MONTE QUALITY, ya que satisfacen la misma necesidad, comparten características idénticas, tienen una finalidad común, se ofrecen en el mismo mercado y están dirigidos al mismo tipo de consumidor.

B) Complementariedad:

Adicionalmente, los productos identificados por la marca solicitada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (Mixta) en las clases 29 y 30 presentan una relación de complementariedad directa con los productos amparados por las marcas previamente registradas DEL MONTE y DEL MONTE QUALITY en la clase 32, en la medida en que forman parte de patrones habituales de consumo conjunto por parte del consumidor.

En efecto, alimentos tales como huevos y productos de panadería son frecuentemente adquiridos junto con bebidas a base de frutas, zumos y néctares, por

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

cuanto suelen consumirse de manera conjunta, especialmente en el desayuno. A modo ilustrativo, es común que el consumidor colombiano adquiera y consuma, en un mismo acto, un jugo de fruta acompañado de pan y huevo.

Desde la perspectiva del consumidor medio, estos productos no se perciben de forma aislada, sino como complementarios dentro de una misma experiencia de consumo, lo que refuerza la percepción de que mantienen una relación de complementariedad entre sí.

C) Razonabilidad:

Teniendo en cuenta la alta similitud entre las marcas y la evidente relación de intercambiabilidad y complementariedad entre los productos identificados por las marcas confrontadas, resulta claro que el consumidor podría considerar razonablemente que los mismos provienen de un mismo origen empresarial. En efecto, el consumidor bien podría estimar que mi representada DEL MONTE FOODS, INC. ha decidido expandir su negocio y crear una nueva marca denominada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE para distinguir productos de la clase 32 internacional.

(...)

De allí que las normas de protección marcaría le concedan al titular de una marca registrada el derecho a oponerse al uso de signos similarmente confundibles con sus marcas registradas y a impedir actos tales como la fabricación, aplicación y colocación de dichos signos similarmente confundibles con las marcas registradas.

Tal y como se demostró previamente, la marca solicitada LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (mixta) se ofrecerá en el mismo mercado en que se ofrecen los productos DEL MONTE y DEL MONTE QUALITY creará confusión directa, desde el punto de vista de los productos, e indirecta, sobre el origen de éstos, ya que pensará que los productos identificados por la marca LA AGROECOLÓGICA DEL MONTE (mixta) forman parte de una nueva línea de productos de DEL MONTE FOODS, INC. y los adquirirá confiado en que éstos son ofrecidos por ella."

Que dentro del término concedido para tal efecto, la señora **Carolina Serrano Estrada**, dio respuesta a la oposición argumentando:

"2. Ausencia de Riesgo de Confusión (Regla de la Visión de Conjunto): Al comparar los signos, se evidencia que:

- Diferencia Fonética: Mi marca consta de 3 palabras, siendo "Agroecológica" la que recibe el mayor énfasis auditivo, mientras que la del opositor es corta y directa.*
- Diferencia Visual: Mi diseño utiliza elementos visuales propios de la agricultura campesina y sostenible, con colores y grafismos que no guardan relación con la identidad corporativa industrial del opositor.*

3. Diferenciación por Nicho de Mercado y Público Objetivo: Existe una marcada distancia competitiva. Mientras el opositor es una multinacional de consumo masivo en grandes superficies, mi marca identifica productos de economía local, comercio justo y procesos agroecológicos certificados. El consumidor de este nicho es un comprador especializado e informado, que distingue perfectamente entre un producto industrial y uno de origen campesino sostenible, eliminando cualquier posibilidad de error o confusión."

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

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita 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.

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

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

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

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

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

- a) **El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios.** Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.
- b) **La complementariedad entre sí de los productos o servicios.** Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.
- c) **La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad).** Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado con oposición para identificar productos de las Clases 29 y 30 Internacional.

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Nominativa	DEL MONTE	DEL MONTE FOODS, INC.	92150407B	7	30	Marca	06/03/2030	Registrada
Nominativa	DEL MONTE		12042821	9	31	Marca	27/07/2032	Registrada
Nominativa	DEL MONTE		9231786431	7	31	Marca	28/12/2034	Registrada
Nominativa	DEL MONTE		9203819632	7	32	Marca	24/11/2031	Registrada
Nominativa	DEL MONTE		9218502629	7	29	Marca	06/03/2030	Registrada
Mixta	DEL MONTE QUALITY		SD2020/0073415	11	29, 30, 31	Marca	26/04/2031	Registrada
Mixta	DEL MONTE QUALITY		SD2018/0102474	11	32	Marca	20/11/2029	Registrada
Mixta	FRUTILISTO DEL MONTE		02078214	8	29	Marca	27/07/2027	Registrada

Familia de marcas:

El hecho que la sociedad **Del Monte Foods, INC.**, incluya de forma reiterada la misma expresión **DEL MONTE** en buena parte de sus marcas nos hace concluir que estamos en presencia de una familia de marcas entendida esta como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común un conjunto de productos 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 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 prefijo 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 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 bajo 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



Ref. Expediente N° SD2025/0124782

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 confusión”⁴.

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.

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 La Agroecológica del Monte	 DEL MONTE QUALITY / DEL MONTE QUALITY / FRUTILISTO DEL MONTE DEL MONTE / DEL MONTE / DEL MONTE / DEL MONTE / DEL MONTE (Nominativa)

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

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

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁵.

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

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.

⁵ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.



Ref. Expediente N° SD2025/0124782

221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

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

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

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 Andina:⁶

- 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 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 (...).*

⁶ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

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 (...)*⁷

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁸ 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 signos.”*⁹

Análisis comparativo con la familia de marcas de titularidad de la sociedad Del Monte Foods, Inc.

Con base en los criterios mencionados, se establece que la familia de marcas de la opositora, **Del Monte Foods, Inc.**, tiene como rasgo distintivo el uso de la expresión **DEL MONTE**. Así las cosas, un consumidor al observar estos elementos característicos en el mercado como parte de una marca al identificar un producto, asocia el origen empresarial con la sociedad opositora, al obrar la expresión **DEL MONTE** como indicador de pertenencia a una familia de marcas, principalmente en la industria alimenticia.

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas en el cual, la expresión que ha usado de forma reiteradas es **DEL MONTE** y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial con el fin de proteger al titular de la misma y a los consumidores.

Conforme a lo anterior, esta Dirección no puede desconocer la protección otorgada a la sociedad opositora en el registro de su familia de marcas, cuyos esfuerzos comerciales han sido dirigidos a perpetrar en la mente del consumidor, la expresión **DEL MONTE** como elemento distintivo de sus productos frente a otros competidores.

⁷ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁸ “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

⁹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**La Agroecológica del Monte**” acompañada de un elemento gráfico de dos manos tomando una abeja. De otro lado, las marcas opositoras son de naturaleza mixta y nominativa, compuestas principalmente por la expresión “**DEL MONTE**” en caracteres especiales e ilustradas cada una dentro de un diseño particular para el caso de las marcas de carácter mixto.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica, fonética y conceptualmente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce el rasgo común y distintivo de la familia de marcas previa, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

En efecto, la expresión DEL MONTE que hace parte integral del signo pretendido se encuentra incorporada en las marcas previas DEL MONTE, sin contener ningún elemento adicional que lo dote de distintividad. Por lo tanto, al apreciarlos se observa que cada uno de ellos genera la idea en la mente del consumidor acerca de la palabra DEL MONTE, lo que dentro del mercado generaría confusión indirecta, pues sin duda alguna la presencia del mismo concepto en los signos distintivos comparados, irremediamente en la mente del consumidor causa una idea de asociación entre los productos que se distinguen con los signos, ya que el signo solicitado reproduce en parte a las marcas registradas.

En efecto, la confundibilidad indirecta¹⁰ se origina cuando el consumidor o adquirente de los productos y/o servicios distinguidos con una marca, confunde el origen empresarial de los mismos, es decir, los asocia por su procedencia o nacimiento, creyendo erróneamente que cierto producto y servicio proviene de una empresa, cuando no es así. Esta afectación a la voluntad del consumidor se produce por varias causas, entre ellas puede observarse el hecho que una marca reproduzca a otra, con elementos adicionales que no le otorgan mayor diferenciación, y por el contrario convencen al consumidor de que está adquiriendo productos de cierta empresa que contienen algunas características diferentes a las del producto original que buscaba.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial, en la medida que la expresión **La Agroecológica** que acompaña el signo pretendido no es suficiente para generar una diferenciación entre las marcas objeto de confrontación.

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

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

¹⁰ Proceso 7-IP-98 de 7 de abril de 1998, marca PALMA FRIT: “El Tribunal pone de relieve que para efectos de comprender aún mejor el alcance de esta prohibición legal comunitaria en el procedimiento de registro de una marca se deben distinguir dos clases de confusión: la directa y la indirecta.

(...)

“Por la segunda, el consumidor cree que el producto o servicio que está adquiriendo o solicitando pertenece a una misma línea de productos o servicios de una empresa o persona distinta de quien realmente los ofrece en el mercado.

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

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

Los signos registrados identifican:

Expedientes	Productos
02078214	29: Frutas y legumbres enlatados, procesadas, en conserva, secas congeladas y cocidas; gelatinas, mermeladas, frutas en compotas y yogurts. productos comprendidos en la clase 29 de la octava edición de la Clasificación Internacional de Niza.
9218502629	29: Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas; huevos, leche y otros productos lácteos; aceites y grasas comestibles; conservas, encurtidos. productos comprendidos en la clase 29 del Decreto 755 de 1972.
SD2020/0073415	29: Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; frutas procesadas; verduras procesadas; Chucrut; Pasas [uvas]; frutas secas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos; leche, queso, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas comestibles. 30: Café, té, cacao y café artificial; arroz, pasta y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, bollería y confitería; chocolate; helados, sorbetes y otros helados comestibles; azúcar, miel, melaza; levadura, polvo de hornear; sal, condimentos, especias, hierbas en conserva; vinagre, condimentos vegetales, Ketchup [salsa] y salsa de tomate; salsas y otros condimentos; hielo.. 31: Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales crudos y sin procesar; granos y semillas crudos y sin procesar; frutas y verduras frescas, frutas frescas; verduras frescas, hierbas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plántones y semillas para plantar; animales vivos; alimentos y bebidas para animales; malta..
92150407B	30: Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú sucedáneos del café, harina y preparaciones hechas con cereales, pan, bizcochos, tortas, pastelería, confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para hacer subir la masa; sal, mostaza; pimienta, vinagre, salsas; especias; hielo. productos comprendidos en la clase 30., del decreto 755 de 1972.
12042821	31: Frutas frescas y vegetales.
9231786431	31: Sustancias para la alimentación de animales, malta; productos comprendidos en la clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza.
9203819632	32: Productos comprendidos en la Clase 32 del Decreto 755 de 1972..
SD2018/0102474	32: Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

elaborar bebidas; concentrados para la elaboración de productos para beber de frutas; néctares de frutas sin alcohol; extractos de frutas sin alcohol.

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

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 29 Internacional.

Identidad: La Dirección observa que dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto, en lo que se refiere a **Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles / Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas; huevos, leche y otros productos lácteos; aceites y grasas comestibles**, no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

De esta manera, sin efectuar mayor análisis, dada su obvia identidad, es claro que los mismos comparten la misma naturaleza y finalidad, lo cual supone que el consumidor al acceder a los mismos podrá incurrir en riesgo de confusión al pensar erradamente que tales productos provienen de un único empresario.

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 30 Internacional.

Identidad: La Dirección observa que dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto, en lo que se refiere a **Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo / Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú sucedáneos del café, harina y preparaciones hechas con cereales, pan, bizcochos, tortas, pastelería, confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para hacer subir la masa; sal, mostaza; pimienta, vinagre, salsas; especias; hielo**, no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

De esta manera, sin efectuar mayor análisis, dada su obvia identidad, es claro que los mismos comparten la misma naturaleza y finalidad, lo cual supone que el consumidor al acceder a los mismos podrá incurrir en riesgo de confusión al pensar erradamente que tales productos provienen de un único empresario.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud con oposición para las Clases 29 y 30 Internacional está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Ref. Expediente N° SD2025/0124782

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a la Clase 3 Internacional deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante (s), tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

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

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Del Monte Foods, Inc.**, contra la solicitud de registro en la Clase 29 Internacional.

ARTÍCULO 2: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Del Monte Foods, Inc.**, contra la solicitud de registro en la Clase 30 Internacional.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **La Agroecológica del Monte (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹¹, solicitada por la señora **Carolina Serrano Estrada**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro de la Marca **La Agroecológica del Monte (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹², solicitada por la señora **Carolina Serrano Estrada**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Notificar a la señora **Carolina Serrano Estrada**, solicitante del registro y a la sociedad **Del Monte Foods, Inc.**, 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 6: En firme esta resolución, decídanse la clase suspendida.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 21 de mayo de 2026

¹¹ **29:** Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0124782



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS