

Señora

SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Superintendencia de Industria y Comercio

E. S. D.

Ref. Expediente: SD2025/0038081

Oposición a la solicitud de registro del signo “QUIÑÓN DE VALDELAREINA” para identificar productos comprendidos en clase 33 internacional.

Solicitante: J. Palacios Remondo S.A.

Asunto: Recurso de Apelación.

JUAN PABLO REYES VILLAMIZAR, mayor de edad, identificado como aparece al pie de la firma, conocido apoderado de la sociedad **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.**, sociedad licenciataria de **RBF S.A.S.**, con el acostumbrado respeto y en oportunidad legal, me permito presentar recurso de **APELACIÓN** contra la Resolución No. 27008 del 16 de abril de 2026, por medio de la cual la Dirección de Signos Distintivos declaró infundada la oposición presentada por la sociedad **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.**, y concedió el registro de la marca **QUIÑÓN DE VALDELAREINA**, negando la confundibilidad existe entre este signo y la marca notoria “EL REY”, la marca LA REINA y su familia de marcas.

I. FUNDAMENTOS DE LA RESOLUCIÓN RECURRIDA:

La Resolución No. 27008 del 16 de abril de 2026 declaró infundada la oposición presentada por la sociedad **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.**, argumentando:

*“Con base en los criterios mencionados, se establece que la familia de marcas de la opositora, **RBF S.A.S.**, tiene como rasgo distintivo el uso de la expresión **EL REY**. 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 **EL REY** 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 **EL REY** 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, la Dirección, reconoce la protección otorgada a la sociedad opositora en el registro de su familia de marcas, cuyos esfuerzos comerciales han sido dirigidos a introducir en la mente del consumidor, la expresión **EL REY** como elemento distintivo de sus productos frente a otros competidores.*

*Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza nominativa, compuesto por la expresión “**QUIÑÓN DE VALDELAREINA**”. De otro lado, la marca opositora es de naturaleza mixta, compuesta principalmente por la expresión “EL REY” en caracteres especiales e ilustradas cada una dentro de un diseño particular para el caso de las marcas de carácter mixto.*

En este punto es de resaltar que la comparación de los signos debe atender a una visión de conjunto, lo que evita el fraccionamiento de los signos y lleva a la extracción de la dimensión característica de los mismos. De igual forma, la comparación debe ser sucesiva, ya que el consumidor al acudir al mercado percibe las marcas de forma individualizada.

La Administración, recuerda que, si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al coincidir conceptualmente en la expresión “REINA”, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Debemos precisar que la expresión REINA corresponde a un término comúnmente utilizado en la identificación de productos de las Clase 33 Internacional, al formar parte de diversos registros marcarios, lo cual implica que no existen derechos de exclusividad sobre su uso, como se puede observar en los registros marcarios que se citan a continuación...

...Por consiguiente, debemos atender a los elementos adicionales que presentan las marcas objeto de confrontación a efectos de determinar si los signos cotejados son susceptibles de generar riesgo de confusión.

*Es así, como observamos que el signo solicitado a registro se encuentra conformado por los términos: **QUIÑÓN DE VALDELAREINA**. En consecuencia, más allá de la coincidencia en el uso de una expresión de uso común, no existen semejanzas susceptibles de generar riesgo de confusión entre los signos cotejados, dado que cada uno de ellos, analizados en su conjunto, presentan elementos gramaticales, fonéticos y visuales, lo suficientemente distintivos entre sí.*

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable”. (Negritas por fuera del texto original).

La Dirección de Signos Distintivos omitió aplicar las reglas establecidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina para el cotejo entre marcas, y negó la protección especial de la que goza la marca notoria “**EL REY**” y su familia de marcas, ante signos que son similares en grado de confusión desde el punto de vista **conceptual**.

Lo anterior, genera una idea de que es posible registrar un signo que **evoque** el mismo significado de una marca notoria siempre que tenga una denominación diferente. Así, resulta claro que esta Dirección actúa en abierta contracción a los criterios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, según los cuales **la semejanza de la que habla la norma del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 puede configurarse bien sea por aspectos ortográficos, fonéticos, visuales y/o ideológicos, sin que sea necesaria la concurrencia de todos y cada uno de ellos.**

II. FUNDAMENTOS DEL RECURSO:

Respetuosamente presento recurso de apelación contra la decisión de la Dirección de Signos Distintivos que declaró infundada la oposición presentada por la sociedad **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.**

2.1. El signo pretendido “QUIÑÓN DE VALDELAREINA” es similarmente confundible desde el punto de vista ideológico con la familia de marcas “EL REY”

En primer lugar, debe recordarse que mi representada, la **FABRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.**, es licenciataria de toda una familia de marcas, derivada de la marca notoria “**EL REY**”, cuyos signos son reconocidos en la Industria Alimentaria por evocar todos los mismos conceptos: **SUPERIORIDAD, EXCELENCIA, QUIÑÓN DE VALDELAREINA, ALTESA, MONARQUÍA, SOBERANÍA, REINO**, entre otros, y todos ellos tienen diferencias ortográficas, fonéticas y visuales en sus conjuntos: LA REINA, THE KING, REAL, VIRREY.

En este caso, la Dirección de Signos Distintivos omitió realizar una valoración global y estricta del signo “**QUIÑÓN DE VALDELAREINA**” y declaró infundada la oposición presentada sin considerar las semejanzas que fueron advertidas y, sobre todo, las siguientes reglas de comparación, aplicables a todo tipo de signo, establecidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

“(…) a) 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.

b) 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.

*c) **El análisis comparativo debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias,** pues es en las semejanzas en las que se puede percibir el riesgo de confusión o asociación.*

Además, conviene recordar lo precisado por el Tribunal Andino de Justicia, el cual estableció que **“al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del consumidor y su grado de percepción, de conformidad con el tipo de productos o servicios de que se trate”** (Proceso 4-IP-99). Si así lo hubiera hecho la Dirección habría podido notar, desde la perspectiva de un consumidor desprevenido que la marca solicitada en este expediente genera insalvables riesgos de confusión y/o asociación al público consumidor.

Resulta sorprendente que, a pesar de que esta Superintendencia ha declarado que los signos de mi representada, y por ende sus productos, son reconocidos por el consumidor debido a los conceptos que evocan, en esta ocasión haya puesto en riesgo a la familia de marcas **“EL REY”** y contradicho sus propios razonamientos concediendo un signo que es sinónimo de la expresión REY.

Por esta razón, la omisión en realizar un adecuado cotejo marcario y valorar las consideraciones anteriores supone un peligro para los derechos de exclusiva de mi representada, quien podría verse afectada por la utilización indebida por parte de terceros.

Lo anterior, en menosprecio de sus constantes esfuerzos e ingentes inversiones en publicidad, marketing y mercadeo, los cuales le han permitido generar en los consumidores, asociaciones directas entre sus productos y servicios.

En consonancia con la jurisprudencia comunitaria, debía la Dirección de Signos Distintivos haber adoptado una decisión que tuviera en cuenta el **criterio de similitud ideológica como el elemento primario** para fijar la existencia o inexistencia de semejanzas entre las marcas en cotejo:

“El elemento conceptual o semántico es anotado también como un factor esencial de utilización para llegar a ponderar el grado de semejanza entre las marcas”. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación prejudicial dentro del Proceso 4-IP-99. Negrilla por fuera del texto original).

De conformidad con lo anterior, resulta evidente que el significado de las palabras, ideas y conceptos que dimanen de las mismas, son los elementos más importantes y preponderantes en la comparación de marcas. Sobre todo, en nuestro caso donde **“el contenido ideológico o conceptual del signo [las ideas de realeza inherentes a “EL REY”]** es de un conocimiento más generalizado en el público consumidor, [por lo que] es

de entenderse que este medio comparativo es de aplicación preferente sobre los otros como sería el análisis en plano fonético o auditivo o visual o gráfico". (Proceso 27-IP-96. Subrayado en negrilla por fuera del texto original).

Para efectos de demostrar a esa Delegatura que las ideas que envuelven la marca notoria "EL REY", y el signo solicitado "QUIÑÓN DE VALDELAREINA", son total y completamente idénticas por suscitar conceptos como: "IMPERIO, REY, REINO, SOBERANIA REALEZA, MONARQUÍA, PODER, QUIÑÓN DE VALDELAREINA, DOMINIO", me permito hacer referencia a las siguientes definiciones y conceptos e ideas asociados a las expresiones QUIÑÓN DE VALDELAREINA y REY, sobre las cuales la Dirección no se pronunció en absoluto:

➤ QUÉ SIGNIFICA REINA EN ESPAÑOL

 definición de **reina** en el diccionario español

La primera definición de reina en el diccionario de la real academia de la lengua española es esposa del rey. Otro significado de reina en el diccionario es mujer que ejerce la potestad real por derecho propio. Reina es también pieza del juego de ajedrez, la más importante después del rey, que puede caminar como cualquiera de las demás piezas, exceptuado el caballo.



Como fue debidamente evidenciado, las expresiones **QUIÑÓN DE VALDELAREINA** y **REY** significan lo mismo por lo que la una es sinónimo de la otra y, en este sentido existe una identidad conceptual que no puede ser desconocida por esa Delegatura. Las anteriores, son razones suficientes para revocar la Resolución de la Dirección de Signos.

Ahora bien, como ha sido desarrollado con suficiencia por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, **el uso de las ideas y conceptos comunes a las marcas de mi mandante en el signo pretendido podría generar la idea de que este es un nuevo integrante de su familia, a pesar de no ser cierto este hecho**. Sobre todo, si se tiene en cuenta, reitero, que la expresión **QUIÑÓN DE VALDELAREINA** es sinónimo de **REY**, por lo que aún a pesar de la diferencia gramatical y fonética.

En ese sentido, bien podrían los consumidores concluir **equivocadamente que los productos tienen el mismo origen empresarial**, lo cual generaría para el solicitante un injusto beneficio sobre la actividad de **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. – RBF S.A.S.**, quienes con mucho esfuerzo y dedicación han posicionado sus marcas previamente en el mercado.

Teniendo en cuenta que el término “**QUIÑÓN DE VALDELAREINA**” hace referencia a un rey o soberano, pero de género femenino, es preciso resaltar a esta Delegatura que, en previas ocasiones, este Despacho ha considerado que otros vocablos son equivalentes conceptuales a REY. Veamos las resoluciones:

- Resolución 15967 del 05 de marzo de 2026, dentro del expediente SD2025/0062208, signo **ALTEZA**:

“A pesar de que el signo bajo estudio contiene elementos nominativos diferentes, estos no son suficientes para diferenciarlo de las marcas registradas, pues lo cierto es que los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente.

En efecto, el signo solicitado ALTEZA presenta un significado homólogo con el concepto de REY, pues corresponde a uno de los tratamientos que se le da a aquella persona que ostenta tal título de nobleza, situación que puede generar riesgo de asociación en el público consumidor, al pensar que ambos signos provienen del mismo origen empresarial, máxime si se tiene en cuenta que el signo solicitado se enfrenta a una familia de marcas que contiene no solamente la expresión REY, sino que también incluye REINA, REAL y KING, y además carece de elementos adicionales que puedan aportarle fuerza diferenciadora.

Esta semejanza ideológica ya había sido analizada por parte de esta Delegatura en la Resolución No. 31334 del 22 de junio de 2015 (expediente 14103619) en la cual se dijo lo siguiente:

“Al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos, encuentra esta Delegatura que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles. En efecto, los signos son idénticos en el campo conceptual, al evocar la idea o el concepto de ALTEZA o El REY, es entendido que esta idea es usada para pronunciarse con elevación, sublimidad o excelencia hacia los miembros de la monarquía, por lo que ALTEZA evoca al monarca, príncipe, o en este caso, al REY.

A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas”. (subrayado y negrillas por fuera del texto original)

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

- Resolución No. 84806 del 24 de diciembre de 2013, dentro del expediente No. 13-003413, signo **“MONARK - PAN”**

El signo solicitado reproduce el elemento esencial de la marca registrada MONARCA, a pesar de presentar una variación ortográfica en su parte final – variación que no afecta su apreciación sonora – y aunque adiciona otros elementos, en ellos no recae la carga distintiva, por su tamaño y su propia naturaleza, no asociándose al singo sino que pueden entenderse como el tipo de productos sobre los que recaería la protección. Por esta razón resultan confundibles los signos cotejados.

Ahora bien, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos encontramos que entre los signos confrontados MONARK-PAN y EL REY existen similitudes que los hacen confundibles entre sí. La expresión MONARK se lee y entiende como 'monarca', término que presenta identidad el campo conceptual frente a las marcas opositoras. Es claro que cada conjunto cuenta con un elemento gráfico particular, sin embargo, en ambos casos se trata de un personaje con corona, denominado con la idea de 'monarca' o 'rey', por lo que el consumidor equivocadamente establecerá que el nuevo signo es una variación de las marcas EL REY, pero específicamente para el producto 'pan'

- Resolución No. 38407 del 16 de junio de 2022, expedida por el Director de Signos Distintivos dentro del Exp. SD2021/0101456, mediante la cual se niega el signo **ALTESA**, solicitado para distinguir productos de la clase 29 internacional:

“Se evidencia que pese a la variación ortográfica en el vocablo ALTESA, el consumidor promedio de sus productos asociaría dicha expresión con la palabra ALTEZA, que como previamente se indicó por la Delegatura para la Propiedad Industrial al compararla con la marca notoria EL REY “Al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos, encuentra esta Delegatura que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles. En efecto, los signos son idénticos en el campo conceptual, al evocar la idea o el concepto de la ALTEZA o EL REY, en el entendido en que esta idea es usada para pronunciarse con elevación, sublimidad o excelencia hacia los miembros de la monarquía, por lo que ALTEZA evoca al QUIÑÓN DE VALDELAREINA, príncipe, o en este caso, al REY. A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial”.(subrayado en negrillas fuera del texto original).

- Resolución No. 101173 del 24 de diciembre de 2015, dentro del expediente No. 15158769, signo **S EL SOBERANO CAFÉ**:

3.3.1.1. Análisis comparativo de los signos

En cuanto al estudio de esta causal, en virtud de la especial protección que debe otorgársele a una marca notoria, observa este Despacho que entre los signos confrontados existen semejanzas de orden conceptual al evocar la idea o el concepto de SOBERANO o REY, en el entendido que esta idea es usada para referir, elevación, sublimidad o excelencia a hacia los miembros de la monarquía, por lo que la expresión SOBERANO resulta ser un sinónimo del término REY.

En este orden de ideas para esta Dirección dada la importancia y presencia en el mercado nacional de la marca notoria EL REY, el signo solicitado S EL SOBERANO, puede llevar a la pérdida de la fuerza distintiva o valor publicitario de la marca notoria anteriormente mencionada, en la medida en que ambas marcas por virtud de su similitud conceptual se pueden llegar a asociar con un origen empresarial común.

3.3.1.2 Conclusión.

De acuerdo con las consideraciones antes expuestas, el signo objeto de la solicitud de registro en estudio está incurso en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En este punto, **es importante señalar que la confusión ideológica es un aspecto muy relevante, y ha sido calificado por el Tribunal Andino de Justicia como el criterio de comparación más importante, pues son los significados de las palabras los que permiten anticipar las representaciones e impresiones que generarán los signos en la mente de los consumidores.** Lo anterior, de conformidad con la posición del Tribunal Andino de Justicia, quien ha manifestado que:

*“La similitud ideológica que conlleva el riesgo de confusión, deriva del mismo contenido conceptual de las dos marcas o de la vocación que aquellas produzcan por medio del signo, **aunque las palabras no sean las mismas o el signo no sea idéntico**”.* (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial dentro del Proceso 9 –IP- 2001).

A pesar de todo lo anterior, la Dirección de Signos omitió hacer la comparación marcaria teniendo en cuenta la similitud conceptual, y en su lugar se limitó a decir: *“En este orden de ideas, analizando los signos en conflicto QUIÑÓN DE VALDELAREINA / REY – REAL – THE KING, y, teniendo en cuenta los argumentos expuestos por las partes, esta Dirección encuentra que los signos confrontados no resultan confundibles, toda vez que presentan una **composición ortográfica y fonética completamente diferente**.*

*Adicionalmente, **es de resaltar que el signo solicitado en registro QUIÑÓN DE VALDELAREINA presenta una composición silábica superior, que la hace más extensa y le confiere una pronunciación diferente**, permitiendo la diferenciación gramatical y fonética de los signos.”.*

Si bien es cierto que entre el signo solicitado **QUIÑÓN DE VALDELAREINA** y las marcas previamente registradas **EL REY / REAL / THE KING** no existe similitud ortográfica ni fonética, ello no agota el análisis de confundibilidad marcaria. De conformidad con la normativa andina y la jurisprudencia del Tribunal Andino de Justicia, el examen debe realizarse en todos los planos de comparación: denominativo, gráfico **y conceptual**.

En este caso, la similitud conceptual es evidente y determinante, puesto que, como quedó ampliamente demostrado, **“QUIÑÓN DE VALDELAREINA” es sinónimo directo de “rey”**, ambos evocan inequívocamente la figura de la autoridad suprema en un sistema monárquico, reforzando la misma idea de soberanía, poder y jerarquía. Esta coincidencia conceptual no es menor ni accesorio, sino que constituye el núcleo del significado transmitido al consumidor, quien fácilmente asociará el signo solicitado con los registros preexistentes, generando riesgo de confusión indirecta y de asociación en el mercado.

En consecuencia, el argumento de diferenciación fonética, ortográfica y visual presentado por la Dirección resulta insuficiente y parcial, pues desconoce el análisis integral que impone la Decisión 486 de la Comunidad Andina, donde la semejanza conceptual, por sí sola, puede ser determinante para concluir la irregistrabilidad de un signo.

2.2. Los productos identificados por los signos en conflicto son conexos competitivamente.

Ahora bien, el riesgo de confusión que ha quedado demostrado se incrementaría todavía más cuando, como en este caso, los signos distinguen **productos conexos en el mercado**.

En efecto, el signo solicitado pretende reivindicar “Vinos; Bebidas alcohólicas (excepto cervezas)”, de la **clase 33** internacional.

Por su parte, algunas de las marcas registradas en favor de mi representada distinguen los siguientes servicios:

- EL REY (Clase 33): *“Bebidas alcohólicas (excepto cervezas)”*.

Así las cosas, atendiendo a los criterios y factores establecidos por el Tribunal Andino de Justicia para definir la conexión competitiva entre los productos identificados con marcas similarmente confundibles, es claro el vínculo existente entre los productos pretendidos con el signo **“QUIÑÓN DE VALDELAREINA”** y los que identifica la marca notoria **EL REY**, **dado que se trata del mismo tipo de elementos: bebidas alcohólicas**.

Lo anterior permite fundamentar de suyo y sin necesidad de argumentos adicionales, la negación de plano de la solicitud de registro que nos ocupa, habida cuenta de su relación de conexidad, y por supuesto, de su insalvable parecido, en grado de confusión, derivada de la reproducción íntegra que de los elementos conceptuales distintivos de **“EL REY – LA REINA”** se hace en el signo **“QUIÑÓN DE VALDELAREINA”**.

2.3. Esta Dirección debe proteger la marca notoria “EL REY” del inminente riesgo de dilución de su fuerza distintiva ante solicitudes de registro que son similares al signo notorio.

Ahora bien, la marca “**EL REY**”, como se sabe, es notoriamente conocida en Colombia y por ello, deberá esta Delegatura conceder la protección especial de la que goza el signo y corregir el yerro de esa Dirección al declarar infundada la oposición presentada por mi representada, aun cuando se trata de una transliteración de la marca notoria “**EL REY**”.

En términos de la normatividad comunitaria, la marca notoria “**EL REY**” goza de especial protección, debido a su profuso reconocimiento en el mercado nacional:

*“Artículo 225.- **Un signo distintivo notoriamente conocido será protegido contra su uso y registro no autorizado conforme a este Título, sin perjuicio de las demás disposiciones de esta Decisión que fuesen aplicables y de las normas para la protección contra la competencia desleal del País Miembro.***

*Artículo 226.- **Constituirá uso no autorizado del signo distintivo notoriamente conocido el uso del mismo en su totalidad o en una parte esencial, o una reproducción,** imitación, traducción o transliteración del signo, susceptibles de crear confusión, en relación con establecimientos, actividades, productos o servicios idénticos o similares a los que se aplique.*

*También constituirá uso no autorizado del signo distintivo notoriamente conocido el **uso del mismo en su totalidad o en una parte esencial, o de una reproducción, imitación, traducción o transliteración del signo,** aun respecto de establecimientos, actividades, productos o servicios diferentes a los que se aplica el signo notoriamente conocido, o para fines no comerciales, si tal uso pudiese causar alguno de los efectos siguientes:*

- 1. riesgo de confusión o de asociación con el titular del signo, o con sus establecimientos, actividades, productos o servicios;*
- 2. daño económico o comercial injusto al titular del signo por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario del signo; o*
- 3. aprovechamiento injusto del prestigio o del renombre del signo. El uso podrá verificarse a través de cualquier medio de comunicación, incluyendo los electrónicos (Negrilla y subrayado fuera del texto).*

Como se ha insistido, y como salta a la vista, el signo pretendido a registro en el presente expediente **reproduce las ideas** de la marca notoria **EL REY**:

Signo solicitado	Marcas Registradas
QUIÑÓN DE VALDELAREINA rey, reina Artículo Del lat. rex, regis; la forma f., del lat. reginae. Derivados o afijos Etiol., que rege, regeat en accp. II. 1. m. y f. Monarca soberano de un reino. Sin.: monarca, soberano, augusta, señor, príncipe, regente.	“EL REY” DEFINICIÓN DE REY El rey es el monarca o soberano de un reino. La forma de gobierno donde el cargo supremo del Estado está en manos del rey se conoce como monarquía. En estos casos, el poder es hereditario (cuando el rey muere, se transmite su hijo y así sucesivamente).
REY = REINA = MONARCA, SOBERANO	

Debido al carácter notorio de la marca **“EL REY”**, las semejanzas conceptuales existentes entre los signos en cotejo, las cuales fueron presentadas a lo largo de este texto, no solo generan un riesgo de confusión y/o de asociación, sino también los riesgos de dilución y uso parasitario en perjuicio del carácter notorio de la marca **“EL REY”** y los intereses de mi representada, lo que conllevaría necesariamente a una pérdida de su valor económico.

Sobre los riesgos de dilución y de uso parasitario, el Tribunal de Justicia ha sostenido:

“(…) El riesgo de dilución, es la posibilidad de que el uso de otros signos idénticos o similares cause el debilitamiento de la altísima capacidad distintiva que el signo notoriamente conocido ha ganado en el mercado, aunque se use para productos, que no tengan ningún grado de conexidad con los que ampara el signo notoriamente conocido (…)

“(…) el riesgo de uso parasitario es la posibilidad de que un competidor parasitario, se aproveche injustamente del prestigio de los signos notoriamente conocidos, aunque la acción se realice sobre productos o servicios, que no tengan ningún grado de conexidad con los que ampara el signo notoriamente conocido”. (Proceso 23-IP-2013).

*“El fenómeno de la dilución tiene aplicación frente a la marca notoria y a la renombrada, que en el derecho anglosajón da lugar a acciones concretas; **está***

basado en el debilitamiento de la principal característica de una marca como es su distintividad. Puede generarse la dilución bien por el uso no autorizado de la marca en productos o servicios distintos a los relacionados con la registrada, que pueden ocasionar que la marca cese de cumplir sus funciones de único identificador de los productos de su titular; también puede darse el fenómeno cuando el registro de la marca para otros productos de distinta clase se asocia con la mala calidad de otros bienes o servicios ofrecidos en el mercado” (Proceso 31-IP-96. Negrillas por fuera del texto original).

En cuanto al **uso parasitario**, la Jurisprudencia del Tribunal Andino de Justicia se ha pronunciado diciendo: “(...) **es la posibilidad de que un competidor parasitario, se aproveche injustamente del prestigio de los signos notoriamente conocidos**, aunque la acción se realice sobre productos o servicios, que no tengan ningún grado de conexidad con los que ampara el signo notoriamente conocido”. (Proceso 67-IP-2015 Negrillas y subrayados fuera del original). Resulta claro que, al pretender comercializar productos del sector alimenticio, en el cual mi representada ostenta una gran notoriedad, indirectamente se estarían aprovechando de la relación que harían los consumidores, debido a su identidad conceptual.

Es del caso insistir que el criterio de **confusión ideológica o conceptual**, ya fue previamente determinado por esa Dirección para defender la dilución de la fuerza distintiva de la **marca notoria “EL REY”** y de sus lemas comerciales que la complementan, respecto de solicitudes de signos que expresan dentro de sus conjuntos, las ideas inherentes a la marca notoria, **incluso** cuando se trate de signos con composiciones ortográficas y fonéticas totalmente distintas a la palabra REY, como es el caso de **“ALTEZA”¹**, **“SOBERANO”²**, **“MONARK”³** y el signo pretendido cuyas expresiones agregadas no alejan **las ideas y conceptos comunes a la familia de signos distintivos “EL REY”**.

Esta reproducción, sin duda, es susceptible de generar **riesgo de confusión, asociación y de dilución de la altísima capacidad distintiva del signo notorio** entre los consumidores, quienes podrían pensar que el signo solicitado comienza a hacer parte de la familia de marcas **“EL REY”**, derivada de la marca notoria **“EL REY”**, como ya se explicó en líneas anteriores, precisamente por la similitud visual e identidad ideológica de los signos cotejados. En definitiva, el signo pretendido se encuentra inmerso en la causal de irregistrabilidad del literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

¹ Expediente SD2025/0062208.

² Expediente No. 15158769.

³ Expediente No. 13003413.

III. PETICIONES:

Por los argumentos anteriormente expuestos, respetuosamente solicito al Despacho acoger favorablemente las siguientes peticiones:

- 3.1. Declarar fundada la oposición presentada por la sociedad **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.**
- 3.2. Revocar la Resolución No. 27008 del 16 de abril de 2026.
- 3.3. Negar el registro de la marca **QUIÑÓN DE VALDELAREINA** para la Clase 33 internacional con base en la marca notoria **EL REY**.

IV. NOTIFICACIONES:

FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. y el suscrito recibiremos notificaciones en la Carrera 17 No. 88-23, Oficina 205, Teléfono 621.25.42, de Bogotá, D.C., correo electrónico info@reyes-abogados.com.

Señora Superintendente Delegada,



JUAN PABLO REYES VILLAMIZAR

C.C. 80.419.709 de Bogotá

T.P.A. 92.189 del C.S.