

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 44006

Ref. Expediente N° SD2025/0123626

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 26 de noviembre de 2025, Laura Vanessa Vides Ibañez, solicitó el registro de la Marca **BRULETTE BOULANGERIE & PATISserie** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1087 de 9 de diciembre de 2025, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 30: Pan, productos de pastelería y confitería.

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° SD2025/0123626

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

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

Tipo	Signo	Clase	Titular	Expediente	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	BRUNETTA PIZZERIA	43	Inversiones Camelar S.A.S.	SD2019/0001999	Marca	Registrada	23/04/2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
 BRULETTE BOULANGERIE & PATISserie	 BRUNETTA PIZZERIA

•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° SD2025/0123626

Jurisprudencia

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 (...)”⁴.

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 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.

Análisis comparativo

Al efectuar el análisis de los signos en contienda, esta Dirección encuentra que son similarmente confundibles en atención a que la marca solicitada coincide en la mayoría de los componentes que hacen parte de uno de los elementos que sobresale dentro del conjunto marcario registrado, sin que para el efecto cuente con suficientes factores que le permitan diferenciarse en el mercado.

En relación con lo anterior, es pertinente indicar de forma inicial que los signos enfrentados pese a contar con elementos figurativos particulares en ellos prevalece el factor nominativo

⁴ 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.

Resolución N° 44006

Ref. Expediente N° SD2025/0123626

en atención a la fuerza de los vocablos que los conforman, por medio de los cuales los consumidores acceden a los productos y servicios que identifican.

Partiendo de lo anterior, al cotejar el aspecto nominativo de las palabras sobresalientes de las marcas en cuestión, se observa que el signo pretendido a registro coincide en la estructura gramatical que hace parte del signo hallado de oficio al compartir el mismo número de sílabas y copiar la gran mayoría de las vocales y consonantes ubicadas en el mismo orden (**BRULETTE** vs. **BRUNETTA**), radicando su diferencia en el cambio de la consonante “L” por la letra “N”, así como el cambio de la vocal final “E” por la letra final “A” por parte del signo solicitado respecto de la marca registrada. Así, tales diferencias no representan un aspecto relevante que lleve a que los signos puedan coexistir pacíficamente por cuanto tanto al ser transcritos y sobre todo pronunciados generan un impacto muy cercano en los consumidores.

Ahora bien, pese a que la marca solicitada se forma igualmente a través de los términos BOULANGERIE & PATISserie, éstos no resultan ser distintivos para conferirle una entidad diferenciadora frente a la marca antecedente ya que no obstante corresponden a expresiones dispuestas en idioma francés que no son habitualmente conocidas en nuestro medio, hacen referencia directa a “panadería”⁵ y “pastelería”⁶, respectivamente, siendo de este modo descriptivas y genéricas para distinguir productos de la clase 30 internacional y por ende de común uso por parte de diferentes empresarios para identificarlos⁷.

Por lo anterior, al observar que las marcas comparadas son nominativa y fonéticamente semejantes lleva a generar en los consumidores a incurrir en riesgo de confusión en el mercado sin que los componentes adicionales le otorguen la suficiente distintividad al signo solicitado.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los

⁵ <https://es.bab.la/traductor/>.

⁶ <https://es.bab.la/traductor/>.

⁷

Expediente	Tipo	Signo	Titular	Clase	Certificado	Estado
13252283	MARCA	Mamma pistache Patisserie	VANESSA TELLO FRANCO	30	495854	Registrada
15143265	MARCA	TRIP TRIP TRIP camilia PÂTISSERIE	CAMILIA PATISserie S.A.S	30	545033	Registrada
16000313	MARCA	CRÈME DE LA CRÈME Chocolaterie – Pâtisserie	MARÍA ALEJANDRA RODRÍGUEZ MALDONADO	30	544786	Registrada
16174293	MARCA	Cou Cou Pâtisserie	MARIA CAROLINA DEL NIÑO JESUS OSPINA LONDOÑO,	30	588654	Registrada
SD2019/0081959	MARCA	La Tarta Pâtisserie Boulangerie	INVERSIONES Z & V S.A.S	30 43	657019	Registrada
SD2020/0088384	MARCA	Ohh PÂTISSERIE	ODETTE DAVID JALIL NASSER		683318	Registrada
SD2020/0100673	MARCA	ÉLYSÉEN Pâtisserie	JULIANA VELA HINCAPIE	30	689148	Registrada
SD2022/0078934	MARCA	LA BOULANGERIE BOUL'MICH	Villa Sota Logo Corporation,	43	736825	Registrada
SD2024/0089603	MARCA	Créalim PÔLE PÂTISSERIE	EUROGERM	30	782198	Registrada
SD2024/0095609	MARCA	LA RUCHE PATISserie & CATERING	luisa jaramillo,	30 43	785242	Registrada
SD2024/0107383	MARCA	BUO ATELIER BOULANGERIE	Karen Liliana Acevedo Zapata	30 43	797058	Registrada



Ref. Expediente N° SD2025/0123626

productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁸.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 30: Pan, productos de pastelería y confitería.

El signo previamente registrado identifican:

Expediente

Servicios

SD2019/0001999 **Clase 43:** Servicios de comidas para llevar; servicios de comidas rápidas para llevar; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes.

Análisis de conexidad competitiva entre productos de la clase 30 distinguidos por el signo solicitado y servicios de la clase 43 internacional identificados por la marca registrada:

Al examinar las coberturas de las marcas comparadas, conforme a los criterios de conexidad competitiva dispuestos en la Interpretación Prejudicial 100-IP-2018, se encuentra que son razonablemente conexas.

Lo anterior, por cuanto partiendo de que tales coberturas tienen como enfoque principal el brindar alimento de consumo humano y por ende hacer parte del sector económico alimenticio, se advierte que es probable, conforme a la dinámica y realidad de mercado, que el empresario que viene distinguiendo “servicios de comidas para llevar” y “servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes” (Clase 43), propenda por ampliar su portafolio de negocio con la distinción de alimentos tales como el “pan” y la “pastelería” (Clase 30) bajo un signo similar o idéntico identificado como marca propia, situación que generaría la idea razonable en el consumidor que se trata de productos y servicios que provienen de un único origen empresarial.

Conclusión:

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de

⁸ 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 (dentrífico) 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° SD2025/0123626

irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Negar el registro de la Marca **BRULETTE BOULANGERIE & PATISSERIE** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por Laura Vanessa Vides Ibañez, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 2: Notificar de esta resolución a Laura Vanessa Vides Ibañez, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO 3: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 12 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁹ 30: Pan, productos de pastelería y confitería.