

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 44959

Ref. Expediente N° SD2025/0115638

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 6 de noviembre de 2025, Alberto Jose Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, solicitó el registro de la marca BETICO SNACKS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1088, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irreregistrabilidad en estudio

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 29: Papas chips; chips de batatas; chips de plátano; chips de verduras y hortalizas.

30: Snacks a base de maíz.

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° SD2025/0115638

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	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	LOS JUGOS DE BETO	LUIS EDUARDO BONILLA MACHUCA	SD2024/0119732	12	32, 43	Marca	Registrada	22 sept. 2035
Mixta	DON BETO	GRUPO ALIMENTARIO DEL ATLÁNTICO S.A. GRALCO S.A.	97055669	7	29	Marca	Registrada	09 jun. 2027
Mixta	Yenny & Beto	RUTH ERIKA LOPEZ CORCHO	16043437	10	43	Marca	Registrada	27 abr. 2028

Los signos a comparar son los siguientes:

•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 :

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° SD2025/0115638

El signo solicitado	La marca registrada
	 LOS JUGOS DE BETO, BETO SNACKS, DON BETO, Yenny & Beto

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que: “Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Del cotejo ortográfico entre la marca solicitada “BETICO SNACKS” y los signos previamente registrados “YENNY BETO”, “LOS JUGOS DE BETO” y “DON BETO”, se advierte que el



Ref. Expediente N° SD2025/0115638

primero incorpora, como elemento central, una variación del término “BETO”, el cual constituye el componente distintivo y predominante de las marcas anteriores.

En efecto, el vocablo “BETICO” contiene íntegramente la raíz “BETO”, a la cual se le adiciona el sufijo diminutivo “-ICO”, recurso lingüístico que, desde el punto de vista ortográfico y semántico, no altera sustancialmente la impresión conceptual del término base, sino que lo refuerza como una forma familiar o derivada de este. Así, para el consumidor promedio, “BETICO” será percibido como el diminutivo de “BETO”, estableciéndose una clara asociación directa entre los signos.

Por su parte, la expresión “SNACKS” carece de capacidad distintiva para neutralizar la similitud antes descrita, en la medida en que se trata de un término genérico y de uso común en el sector alimentario, ampliamente conocido por el consumidor promedio como referencia a pasabocas, aperitivos o alimentos listos para el consumo. Su carácter descriptivo impide que dicho vocablo aporte una diferenciación efectiva en el conjunto marcario, razón por la cual la atención del público se concentrará en el elemento verdaderamente distintivo del signo: “BETO / BETICO”.

Finalmente, si bien el signo solicitado incorpora elementos figurativos, estos no poseen la entidad suficiente para desvirtuar las similitudes derivadas de la coincidencia denominativa predominante. Conforme a los criterios citados de la jurisprudencia marcaria, el consumidor suele otorgar mayor relevancia al elemento nominativo al momento de identificar y solicitar productos o servicios, por lo que contará con escasos elementos para distinguir un origen empresarial diverso. En consecuencia, las similitudes ortográficas y denominativas analizadas conducen a un riesgo de confusión y asociación en el mercado.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos 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 ⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 29: Papas chips; chips de batatas; chips de plátano; chips de verduras y hortalizas.

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos :

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° SD2025/0115638

Clase 30: Snacks a base de maíz.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente	Producto
------------	----------

SD2024/0119732	Clase 32: Bebidas de frutas sin alcohol / bebidas de jugos de frutas sin alcohol / bebidas de zumos de frutas sin alcohol, zumos de frutas / jugos de frutas, zumos vegetales [bebidas] / jugos vegetales [bebidas].
-----------------------	---

Clase 43: Servicios de restaurantes.

97055669 **Clase 29:** PESCADOS, ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES.

16043437 **Clase 43:** servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Conexidad competitiva entre los productos de las clases 29 y 30 solicitadas y los productos de las clases 29 y 32 de los signos previamente registrados (criterio de razonabilidad)

De conformidad con los criterios aplicables para el análisis de la conexidad competitiva, esta Dirección concluye que existe una probabilidad real de que el consumidor atribuya los productos amparados en las clases solicitadas a los mismos empresarios que comercializan los productos protegidos en las clases 29 y 32. Ello se explica por la tendencia del público a asociar un origen empresarial común cuando se trata de alimentos que comparten naturaleza, finalidad o características semejantes, como ocurre en el presente caso con las distintas variedades de papas, los pasabocas elaborados a base de maíz, las grasas comestibles y diversas categorías de bebidas.

Adicionalmente, debe tenerse en cuenta que el signo previamente registrado en la clase 29 comprende productos como pescados, los cuales, según su propia descripción, corresponden a alimentos susceptibles de presentarse en múltiples formatos, algunos de ellos destinados al consumo inmediato o incluso comercializados como pasabocas o porciones pequeñas. Esta circunstancia refuerza la cercanía competitiva entre las coberturas enfrentadas.

En consecuencia, no resulta viable acceder al registro del signo solicitado, toda vez que su coexistencia con los signos previamente registrados generaría un escenario de incertidumbre para el consumidor, quien no estaría en capacidad de identificar con claridad si los productos provienen de un mismo origen empresarial o de un único comerciante. Dicha situación, derivada de la proximidad competitiva y de las particularidades de las coberturas involucradas, afecta la función esencial de la marca como indicador de procedencia empresarial.

Conexidad competitiva entre los productos de las clases 29 y 30 solicitadas y los servicios de la clase 43 de los signos previamente registrados (criterio de razonabilidad)

En relación con este examen, es posible afirmar que los servicios de restauración amparados por el signo previamente registrado presentan una vinculación indirecta con los pasabocas cuya protección se pretende mediante la solicitud de registro. En el ámbito de la actividad gastronómica, es habitual que los establecimientos de comida ofrezcan, como complemento de sus platos principales, pasabocas elaborados a base de papa u otros productos similares, lo cual pone de manifiesto un consumo conjunto de este tipo de alimentos. Dicha práctica comercial suele desarrollarse, además, bajo la titularidad de un mismo empresario.

Ref. Expediente N° SD2025/0115638

En ese contexto, resulta razonable que el consumidor asocie los pasabocas identificados con el signo solicitado al mismo origen empresarial de los servicios de restauración, o que presuma que el titular de estos ha diversificado su actividad hacia otros segmentos del mercado alimentario, como el de los productos empacados con el propósito de ampliar su oferta, captar nuevos consumidores o fortalecer la fidelización de los ya existentes. Por consiguiente, la coexistencia de los signos generaría un escenario propicio para la confusión o la asociación en el mercado, lo que dificulta el otorgamiento del registro solicitado.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la marca BETICO SNACKS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Alberto Jose Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la marca BETICO SNACKS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Alberto Jose Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a Alberto Jose Castro Lobo, Diana María Ruiz Urrego, 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 16 de junio de 2026

⁵ 29: Papas chips; chips de batatas; chips de plátano; chips de verduras y hortalizas.

30: Snacks a base de maíz.

⁶ 29: Papas chips; chips de batatas; chips de plátano; chips de verduras y hortalizas.

30: Snacks a base de maíz.

Ref. Expediente N° SD2025/0115638



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS