

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 47309

Ref. Expediente N° SD2025/0078540

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 agosto de 2025, Camilo Andrés Mejía Zacipa, solicitó el registro de la Marca La Rolita (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30, 35 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que mediante escrito radicado el 23 de octubre de 2025, la FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA, presento un escrito denominado MEMORIAL DE IRREGISTRABILIDAD, con fundamento en la Denominación de Origen CAFÉ DE COLOMBIA.

CUARTO: 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.”

Advertencia de irregistrabilidad.

El artículo 146 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, establece que la oportunidad para presentar los argumentos tendientes a desvirtuar el registro del signo solicitado mediante la presentación de es durante los treinta (30) días siguientes a la fecha de la publicación.

¹ **30:** Bebidas a base de café; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; bebidas a base de café, preparadas; bebidas compuestas principalmente de café; bebidas de café; bebidas de café, preparadas; bebidas heladas a base de café; café; café aromatizado; café descafeinado; café en grano sin tostar; café en polvo en bolsas de filtro; café enriquecido con proteínas; café instantáneo; café molido; café preparado; café preparado en forma líquida; café sin cafeína; café tostado en granos; cápsulas de café, llenas; cápsulas monodosis de café; corteza de chocolate con granos de café molidos; esencias de café; extracto de café; frutos de café procesados; granos de café cubiertos de chocolate; granos de café tostados; paquetes de café instantáneo de una sola ración; preparaciones y bebidas a base de café.

35: Servicios de tiendas minoristas en línea de café; servicios de venta minorista de café.

43: Cafés; servicios de bares de café y té; servicios de cafés; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y cafeterías.

Ref. Expediente N° SD2025/0078540

Asimismo, de conformidad con lo preceptuado en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, la Dirección de Signos Distintivos, siempre realiza un estudio de fondo de registrabilidad de los signos solicitados, así no se haya presentado oposición, ya sea para conceder o negar el registro de la marca, pues en ningún momento la Oficina Nacional Competente se encuentra eximida de realizar el referido examen de registrabilidad, porque el objetivo de la norma es que dicho examen se convierta en etapa obligatoria dentro del proceso de concesión o de denegación de los registros marcarios.

Conforme a lo preceptuado en líneas anteriores, la oportunidad para presentar los argumentos tendientes a desvirtuar el registro del signo solicitado tramitado bajo este expediente, venció el pasado 30 de septiembre de 2025, término que venció sin que se presentara escrito formal de oposición. En vista de lo anterior, el escrito de oposición presentado contra la solicitud de registro de la marca que nos ocupa no se considera admitido a trámite.

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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0078540

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 las marcas registradas

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	Rolitos Sobre Ruedas	Diego Esteban Rodríguez Castellanos	SD2025/0033701	12	43	Marca	Registrada	04 dic. 2026
Mixta	ROLA CERVEZA ARTESANAL	JOHAN SEBASTIAN RUIZ BRYAN	15274724	10	32	Marca	Registrada	09 dic. 2035

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
La Rolita	

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras

(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° SD2025/0078540

o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“La Rolita”** se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado **La Rolita** presenta similitudes ortográficas y fonéticas en el elemento nominativo preponderante respecto del elemento nominativo distintivo y característico de la marca previamente registrada **Rolitos Sobre Ruedas** toda vez que, reproduce la longitud gramatical en (5) letras de las (7) que la conforman en la misma ubicación y pese a que se remplace la sílaba “os” por la vocal “a” en el sufijo, se sustituyen las expresiones “Sobre Ruedas” por el artículo “LA” y se eliminan los elementos figurativos, dichas variaciones son secundarias y no logran desvirtuar las semejanzas existentes entre los signos enfrentados.

Así mismo, está Dirección evidencia que el signo solicitado **La Rolita** es conceptualmente similar con la marca registrada la expresión arbitraria **ROLA CERVEZA ARTESANAL** ⁴ la cual se refiere a un adjetivo colombiano “bogotano(a)” o a un rodillo de imprenta, lo anterior teniendo en cuenta que el signo solicitado transcribe en diminutivo y no obstante que se suprimen los elementos gráficos, así como las expresiones inapropiables “CERVEZA ARTESANAL” y se adiciona el artículo “LA”, dichos cambios son accesorios y no se configuran en derrotero de diferenciación.

⁴ <https://dle.rae.es/rolo>

adj. Col. [bogotano](#). Apl. a pers., u. t. c. s.

Sin.:

[bogotano](#).

m. Col., R. Dom. y Ven. Rodillo de imprenta.

Ref. Expediente N° SD2025/0078540

Por lo anterior, los consumidores pueden llegar a considerar por error que el signo solicitado es una innovación y/o variación de las marcas registradas, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

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 y/o 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 servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 30: Bebidas a base de café; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; bebidas a base de café, preparadas; bebidas compuestas principalmente de café; bebidas de café; bebidas de café, preparadas; bebidas heladas a base de café; café; café aromatizado; café descafeinado; café en grano sin tostar; café en polvo en bolsas de filtro; café enriquecido con proteínas; café instantáneo; café molido; café preparado; café preparado en forma líquida; café sin cafeína; café tostado en granos; cápsulas de café, llenas; cápsulas monodosis de café; corteza de chocolate con granos de café molidos; esencias de café; extracto de café; frutos de café procesados; granos de café cubiertos de chocolate; granos de café tostados; paquetes de café instantáneo de una sola ración; preparaciones y bebidas a base de café.

Clase 35: Servicios de tiendas minoristas en línea de café; servicios de venta minorista de café.

Clase 43: Cafés; servicios de bares de café y té; servicios de cafés; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y cafeterías.

Los signos registrados identifican:

Expediente SD2025/0033701, Clase 43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Expediente 15274724, Clase 32: Cerveza.

⁵ 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° SD2025/0078540

Relación productos Clase 30 y productos Clase 32 Razonabilidad

Vista la cobertura de los signos, se observa que a pesar de que el signo solicitado pretende amparar productos de la **Clase 30** los cuales se encuentran en un nomenclátor diferente a la de los productos que protege la marca fundamento de la negación **ROLA CERVEZA ARTESANAL (Mixta)** para la **Clase 32**, entre los mismos obra una relación estrecha y directa toda vez, que en la realidad del mercado es razonable encontrar empresarios que se dedican a la producción y comercialización de productos como es el “café”, fabriquen y ofrezcan “cervezas a base de café”.

De igual forma existe el riesgo de confusión en los consumidores dado que los canales de distribución, divulgación o comercialización de estos productos pueden coincidir, situación que podría generar la idea errónea de que se trata de elementos que tienen el mismo origen empresarial.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

En este orden de ideas, al aplicar la teoría de la interdependencia, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, lo cual no se da en el presente caso.

Relación productos Clase 30 y servicios Clase 43 Razonabilidad

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

De acuerdo con los factores de conexidad competitiva, esta Dirección observa que el signo solicitado pretende distinguir productos de la **Clase 30**, mientras que el signo registrado **Rolitos Sobre Ruedas (Mixta)** identifica servicios de la **Clase 43**, pese a que se encuentran en diferentes clases del nomenclador internacional, son productos que se ofrecen en los restaurantes, por tratarse de productos alimenticios como son las “*Bebidas a base de café; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té*” entre otros. Por lo tanto, si el consumidor promedio llegará a encontrar el signo solicitado para identificar los productos a distinguir en el mercado, fácilmente podría asociar y pensar que el titular de la marca registrada decidió ampliar su portafolio y ofrecer, fabricar productos alimenticios como los que pretende amparar el signo solicitado para ofrecerlos en un establecimiento como es un restaurante.

Por lo anterior, los consumidores al encontrar los signos en el mercado, dada la similitud de los signos difícilmente podrían identificar el distinto origen empresarial de los mismos (confusión indirecta), ya que cada vez es más frecuente en el mercado que los mismos restaurantes identifiquen productos alimenticios y bebidas con su propia marca. Por ende, de permitir el registro del signo solicitado, se generaría riesgo de confusión y asociación en el mercado, pues dada la similitud del componente nominativo de los signos comparados, sería muy difícil para los consumidores determinar el origen empresarial de los productos y/o servicios distinguidos.

Ref. Expediente N° SD2025/0078540

Relación servicios Clase 35 y servicios Clase 43 Razonabilidad

Está Dirección establece que el signo solicitado pretende amparar servicios para la **Clase 35** que si bien se encuentran comprendidos en un nomenclátor diferente de los servicios que protege la marca que sirve de antecedente **Rolitos Sobre Ruedas (Mixta)** para la **Clase 43**, los mismos presentan una estrecha conexidad competitiva y comercial, toda vez que los servicios pretendidos “de tiendas minoristas en línea de café; servicios de venta minorista de café” son servicios que se ofrecen de forma implícita a través de los “servicios de restauración”.

Por lo tanto y dada la similitud de los signos, un consumidor desprevenido no estará en la capacidad de percibir un origen empresarial independiente al encontrarse frente a cualquiera de los signos en cotejo, si no que inferirá razonablemente que provienen de un mismo origen empresarial, desdibujándose así la esencia del Derecho de Propiedad Industrial, el cual, entre otros fines, persigue el buen funcionamiento del mercado en general, evitando que se genere riesgo de confusión.

Por lo anterior, esta Dirección evidencia que, dada la cobertura de los signos enfrentados, es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones marcarias semejantes.

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”⁶.

En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada (interdependencia), que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan, los servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los servicios en estudio, lo cual no se da en el presente caso.

Relación servicios Clase 43 Identidad

De la anterior relación de servicios, se establece que el signo solicitado pretende amparar servicios que no solo pertenecen a la misma clase de los servicios distinguidos por la marca registrada **Rolitos Sobre Ruedas (Mixta)** para la **Clase 43**, sino que además comparten la misma identidad, así como el género, la especie, la naturaleza y sus finalidades.

En consecuencia, de permitir el registro del signo solicitado y dado el tipo de servicios que pretende amparar toda vez que se trata de los mismos servicios de la marca fundamento de la negación “servicios de restauración”, se concluye, que, al estar en una misma oferta

⁶ En términos del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina la interdependencia se configura en los siguientes supuestos “(…) la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”. COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. 2004. Interpretación Prejudicial 135-IP2004).

Ref. Expediente N° SD2025/0078540

de mercado, se puede generar riesgo de asociación entre los consumidores quienes, dada la similitud de los signos, no podrán diferenciar el origen empresarial de las marcas en estudio.

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 La Rolita (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Camilo Andrés Mejía Zacipa, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca La Rolita (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Camilo Andrés Mejía Zacipa, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca La Rolita (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Camilo Andrés Mejía Zacipa, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a Camilo Andrés Mejía Zacipa, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 23 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA

Ref. Expediente N° SD2025/0078540

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

