

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 49851

Ref. Expediente N° SD2025/0116165

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 7 de noviembre de 2025, GRUPO EMPRESARIAL OTAC S.A.S, solicitó el registro de la Marca **EL ALTIPLANO PRODUCTOS LACTEOS** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 29 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1100, 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: Leche, productos lácteos y sus derivados, tales como quesos, yogures, mantequilla, kumis, crema de leche y bebidas lácteas.

35: Servicios de venta minorista y mayorista de leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos.

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° SD2025/0116165

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.

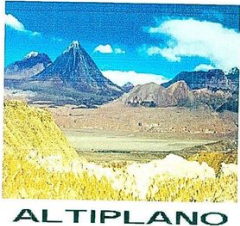
Estudio de registrabilidad del signo solicitado

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	ALTIPLANO	GIRONES S.A.	12229152	10	30	Marca	Registrada	14 agosto 2033

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

•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° SD2025/0116165

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

Esta Dirección, al realizar el análisis comparativo entre el signo solicitado **EL ALTIPLANO PRODUCTOS LÁCTEOS** y la marca antecedente **ALTIPLANO**, advierte una similitud conceptual derivada de que el signo solicitado incorpora íntegramente la denominación “ALTIPLANO”, la cual hace referencia a una extensa llanura ubicada a gran altitud⁴. En este sentido, los términos “EL” y “PRODUCTOS LÁCTEOS” no modifican el contenido conceptual del elemento principal, pues el primero corresponde a un artículo determinado y el segundo describe la naturaleza de los productos, manteniéndose inalterado el concepto central compartido por ambas denominaciones.

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:

⁴ https://ingeoexpert.com/2025/07/20/que-es-un-altiplano-y-donde-se-encuentran/?srsltid=AfmBOorO1ZNRNhAw91d3mjAHArKJw7OxO0H7fsK3UBLJq_KmvIUtrq-j

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° SD2025/0116165

Clase 29: Leche, productos lácteos y sus derivados, tales como quesos, yogures, mantequilla, kumis, crema de leche y bebidas lácteas.

Clase 35: Servicios de venta minorista y mayorista de leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente 12229152, clase 30: Chocolates.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 29 del signo solicitado y productos de la clase 30 de la marca antecedente (Criterio de razonabilidad)

Esta Dirección, al examinar los productos comprendidos en la **clase 29** del signo solicitado frente a los amparados por la marca antecedente en la **clase 30**, encuentra que existe una relación desde la perspectiva de la razonabilidad, toda vez que ambos se encuentran vinculados al sector de los alimentos destinados al consumo humano. En efecto, el solicitado comprende leche, productos lácteos y sus derivados, mientras que la antecedente protege chocolates.

En ese sentido, se observa que los productos lácteos constituyen ingredientes esenciales en la elaboración de una amplia variedad de chocolates y productos derivados del cacao. Asimismo, es frecuente que las empresas del sector alimenticio comercialicen bajo una misma marca tanto productos lácteos como chocolates, ampliando su portafolio hacia categorías complementarias dirigidas al mismo público consumidor.

En consecuencia, esta Dirección considera que existe una razonabilidad entre los productos analizados, derivada de su cercanía dentro de la industria alimentaria, de la complementariedad que presentan y de la posibilidad de que sean ofrecidos conjuntamente bajo un mismo conjunto marcario.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 35 del signo solicitado y productos de la clase 30 de la marca antecedente (Criterio de razonabilidad)

Esta Dirección, al examinar los servicios comprendidos en la **clase 35** del signo solicitado frente a los productos amparados por la marca antecedente en la **clase 30**, observa que existe una relación desde la perspectiva de la razonabilidad, toda vez que los servicios reivindicados consisten en la venta minorista y mayorista de leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos, mientras que la antecedente protege chocolates.

En ese sentido, se advierte que los servicios de venta al por mayor y al por menor tienen como finalidad poner a disposición del consumidor productos alimenticios, entre los cuales se podrían encontrar aquellos protegidos por la marca antecedente. Así, es habitual que establecimientos dedicados a la comercialización de productos lácteos ofrezcan simultáneamente chocolates y otros alimentos relacionados, integrándolos dentro de una misma oferta comercial.

En consecuencia, esta Dirección considera que existe una razonabilidad entre los servicios y los productos analizados, derivada de la estrecha relación existente entre la actividad de comercialización y los productos objeto de dicha actividad, así como de la posibilidad de que ambos sean identificados bajo una misma marca dentro de una estrategia empresarial integral.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente

Ref. Expediente N° SD2025/0116165

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 **EL ALTIPLANO PRODUCTOS LACTEOS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por GRUPO EMPRESARIAL OTAC S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca **EL ALTIPLANO PRODUCTOS LACTEOS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por GRUPO EMPRESARIAL OTAC S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a GRUPO EMPRESARIAL OTAC S.A.S, 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 1 de julio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)

⁶ 29: Leche, productos lácteos y sus derivados, tales como quesos, yogures, mantequilla, kumis, crema de leche y bebidas lácteas.

⁷ 35: Servicios de venta minorista y mayorista de leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos.