

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 50582

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

Por la cual se decide un recurso de apelación

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 18 numeral 10° del Decreto
4886 del 23 de Diciembre de 2011,

CONSIDERANDO

Que mediante Resolución N° 100486 de 1 de diciembre de 2025, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la Marca **COCHIPAPAS** (Mixta), solicitada por la sociedad **VECTOR FOODS S.A.S.**, para distinguir los siguientes productos que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

29: Papas procesadas; papas deshidratadas; snacks a base de papas; chips de papas a base de patatas; croquetas de papas; papas deshidratadas; papas fritas; chips de papas; nuggets de papas; snacks a base de soja; snacks a base de yuca; chips de yuca; chips de plátano; snacks en los que predominan las frutas deshidratadas y frutos secos procesados; snacks a base de verduras y hortalizas; chicharrones; pasabocas a base de carne; carne en conserva; sucedáneos de la carne; cortezas de cerdo; cortezas de tocino; snacks a base de leche; salsas de aceite de oliva; aceite de oliva para uso alimenticio; frutas, verduras, hortalizas y legumbres en conserva.

Lo anterior, por considerar que se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Que mediante escrito presentado dentro del término y con el lleno de los requisitos legales, la sociedad **VECTOR FOODS S.A.S.**, interpuso recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el considerando primero, con el objeto de que se revoque, con fundamento en los siguientes argumentos:

“(…) DISTINTIVIDAD DE LOS SIGNOS

No obstante, lo anterior, podemos observar que la marca COCHIPAPAS (nominativa), clase 30 Internacional, solicitada por mi representada VECTOR FOODS S.A.S., contrario a lo argumentado por el Director de Signos Distintivos, NO PRESENTA similitud gramatical, fonética, visual o conceptual capaz de afectar su registro, como podemos observar a continuación:

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

Marca Solicitada	Marca Registrada
COCHIPAPAS	 COHI
➤ La expresión “COCHIPÁPAS”, indica un producto comestible, en la imagen del consumidor, con solo escucharla o verlo. ➤ Es una marca de fácil recordación.	➤ La expresión “COCHI”, no es fácil de indicar que es lo que se encuentra vendiendo, esta expresión, puede indicar diferentes, productos o servicios, en el mercado.

El hecho que los signos enfrentados posean determinadas coincidencias, NO determina su parecido si analizadas en su conjunto presentan diferencias con entidad suficiente que permitan determinar que los mismos resultan lo suficientemente distintivos para identificar una misma clase de productos dentro de un mismo mercado, como podemos verificar a continuación:

C	O	C	H	I	P	A	P	A	S
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	O	C	H	I					

De igual forma, NO debemos olvidar que la regla primaria de análisis para determinar la existencia o no del riesgo de confusión entre dos o más signos, es la de que su confrontación o análisis debe realizarse en su totalidad o en su composición global, sin desmembraciones, resquebrajamientos o mutilaciones de palabras o sílabas y sin atribuir a cada sílaba o palabra contenidos propios, que no reflejen el sentido o concepto del signo a registrarse, esto es sin una descomposición de su unidad gráfica, fonética o conceptual. Esta ha sido la doctrina jurisprudencial del Tribunal Andino de Justicia en numerosos casos respecto al presente asunto.

DISTINTIVIDAD CONCEPTUAL Nos oponemos a lo argumentado por el Director de Signos Distintivos, al momento de proferir el acto administrativo contenido en la Resolución No 100486 del 01 de diciembre de 2025, mediante la cual NEGÓ DE OFICIO el registro de la marca COCHIPAPAS (mixta) clase 29 Internacional, al incurrir en los siguientes defectos jurídico marcarios:

➤ La expresión COCHI, fundamento de negación, es una expresión débil, en consecuencia, que “COCHI”, se refiere a un diminutivo de “CERDO”, es decir una expresión de uso común.

Más aún que cuando en el presente asunto NO es viable presumir confusión alguna entre dos expresiones que conceptualmente transmiten mensajes distintos al público consumidor como podemos Observar a continuación:

➤ COCHIPAPAS - (El nombre nos indican que son productos de cerdo y papa)

➤ COCHI (puede inducir a varios significados, expresiones o productos)

Más aún cuando la expresión común, “COCHI”, hace alusión al termino genérico, común y descriptivo de uno de los ingredientes o componentes del producto a identificar que corresponde a el “CERDO”, por lo tanto, claramente podemos concluir que al hacer el análisis de las marcas en disputa en los términos estrictos en que la normatividad lo

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

exige, en ningún momento se puede concluir que exista semejanza alguna entre estas, pues vistas las marcas de manera integral COCHIPAPAS (Mixta), con respecto a “COCHI, podemos observar que son expresiones que presenta una estructura gramatical y fonética distinta: ✓ Signos con pronunciación totalmente distinta

- ✓ Signos con extensión y estructura gramatical distinta
- ✓ Signos con pronunciación totalmente distinta
- ✓ Signos visualmente distintos
- ✓ Signos que contienen un significado distinto
- ✓ Signos con una parte inicial distinta
- ✓ Signos con una parte final distinta (...)

Que para resolver el recurso de apelación interpuesto, según el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, es preciso resolver “*todas las peticiones que hayan sido oportunamente planteadas y las que surjan con motivo del recurso*”.

1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: CONFUNDIBILIDAD

1.1. 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”.*

1.2. La norma

De acuerdo con la disposición andina citada, se requiere la presencia de dos supuestos para su aplicación:

- i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero.
- ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la marca previamente solicitada o registrada.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, al abordar ésta causal objeto de estudio, ha indicado de manera reiterada lo siguiente:

“Como se desprende de esta disposición, no es registrable un signo que sea idéntico o similar a otro signo registrado o solicitado con anterioridad por un tercero, porque en dichas condiciones carece de fuerza distintiva. Los signos no son distintivos extrínsecamente cuando puedan generar riesgo de confusión (directo o indirecto) y/o riesgo de asociación en el público consumidor¹.

¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 24-IP-2021.

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

Así mismo, define el riesgo de confusión y de asociación de la siguiente manera:

El riesgo de confusión puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

El riesgo de asociación consiste en la posibilidad de que el consumidor, aunque diferencie las marcas en conflicto y el origen empresarial del producto, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto y otra empresa tienen una relación o vinculación económica.

1.3. Identidad o semejanza de los signos

De este modo, para el primer supuesto se deberá examinar si entre los signos confrontados existe identidad o semejanza, para luego determinar si esto es capaz de generar riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor, teniendo en cuenta que la semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos:

Ortográfica: Se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces, o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que el riesgo de confusión sea más palpable u obvio.

Fonética: Se refiere a la semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones; sin embargo, también debe tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

Conceptual o ideológica: Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante.

Gráfica o figurativa: Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan.

Ahora bien, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina² ha estipulado las siguientes reglas para el cotejo de marcas:

- a) La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto de los signos en conflicto; es decir, cada uno debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad fonética, ortográfica, gráfica o figurativa y conceptual o ideológica.

² Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

- b) En la comparación se debe emplear el método del cotejo sucesivo; esto es, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, pues el consumidor difícilmente observará los signos al mismo tiempo, sino que lo hará en momentos diferentes.
- 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.
- d) Al realizar la comparación es importante colocarse en el lugar del consumidor y su grado de percepción, de conformidad con el tipo de productos o servicios de que se trate, bajo los siguientes criterios:

- (i) Criterio del consumidor medio: Si estamos frente a productos y/o servicios de consumo masivo, el criterio del consumidor medio podría ser el soporte del análisis de confundibilidad. De acuerdo con las máximas de la experiencia, al consumidor medio se le presume normalmente informado y razonablemente atento, cuyo nivel de percepción es variable en relación con la categoría de bienes o productos, lo que debe ser analizado y ponderado por la autoridad nacional competente.

El grado de atención del consumidor medio es un parámetro importante para el análisis de confundibilidad de signos que diferencien productos o servicios de consumo masivo, bajo el entendido de que puede variar o graduarse según el tipo de producto del cual se trate, pues por vía de ejemplo no se presta el mismo nivel de atención al adquirir productos cosméticos que al comprar pasabocas para fiestas.

- (ii) Criterio del consumidor selectivo: Se basa en un consumidor más informado y atento que el consumidor medio, ya que elige los bienes y servicios bajo ciertos parámetros específicos de calidad, posicionamiento o estatus. Es un consumidor que se ha instruido claramente de las características y cualidades de los productos o servicios que desea adquirir. Sabe detalles estéticos, de calidad y funcionamiento que la media de la población no sabría. Por ejemplo, el consumidor de servicios de restaurantes gourmet es consciente del servicio que prestan, pues sabe datos de su atención al cliente, costo de los platos, manejo publicitario, promociones, etc.
- (iii) Criterio del consumidor especializado: Se basa en un consumidor absolutamente informado y atento sobre las características técnicas, funcionales o prácticas de los productos o servicios que adquiere, teniendo como soporte su alto grado de instrucción técnica o profesional. Dicho consumidor hace una evaluación más prolija del bien o servicios que desea adquirir, lo que debe ser tomado en cuenta por la autoridad nacional competente al realizar el respectivo análisis de confundibilidad.

1.4. Criterios de conexidad de los productos o servicios

De conformidad con el artículo 151 de la Decisión 486, las clases de la Clasificación Internacional de Niza no determinarán la similitud ni la disimilitud de los productos o servicios.

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

De este modo, para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes tres criterios sustanciales:

“a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos o 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. En términos conceptuales, la sustitución se presenta cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. En términos concretos, para apreciar la sustituibilidad entre productos (o servicios) la autoridad nacional competente tendrá en consideración la finalidad y características de dichos productos (o servicios), el rango de precios entre ellos, 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 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.

Los criterios de sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad y razonabilidad acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios.

Los siguientes criterios, en cambio, por sí mismos son insuficientes para acreditar relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, pues estos necesariamente tienen que ser analizados a la luz de cualquiera de los tres criterios sustanciales antes referidos:

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

La pertenencia a una misma clase de los productos o servicios de la Clasificación Internacional de Niza

La inclusión de productos o servicios en una misma clase no resulta determinante para efectos de establecer la conexión competitiva entre los productos o servicios objeto de análisis. En efecto, podría darse el caso de que los signos comparados distingan productos o servicios pertenecientes a categorías o subcategorías disímiles, aunque pertenecientes a una misma clase de la Clasificación Internacional de Niza. Por tanto, este criterio solo podrá ser utilizado de manera complementaria para determinar la existencia de conexión competitiva.

Los canales de aprovisionamiento, distribución o de comercialización; los medios de publicidad empleados; la tecnología empleada; la finalidad o función; el mismo género; o la misma naturaleza de los productos o servicios

Estos criterios considerados aisladamente no acreditan la existencia de conexión competitiva. Así, por ejemplo, dos productos pueden tener la misma naturaleza o género, pero si los consumidores comprenden con relativa facilidad que los productores de uno no son los productores del otro, no habrá conexión competitiva entre ellos.

Dos productos completamente disímiles (v.g., candados e insecticidas) pueden tener el mismo canal de comercialización (v.g., ferreterías) y compartir el mismo medio de publicidad (v.g., un panel publicitario rotativo), sin que ello evidencie la existencia de conexión competitiva entre ambos. De allí que estos criterios deben analizarse conjuntamente con los criterios intrínsecos para observar la existencia de conexión competitiva.

Asimismo, si los productos o servicios se dirigen a destinatarios diferentes, como regla general, no existirá conexión competitiva.

Por tal razón, para establecer la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios la autoridad consultante, en el caso en concreto, debe analizar si entre ellos existe sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad o la posibilidad razonable de provenir del mismo empresario”³.

2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DE LOS SIGNOS A CONFRONTAR

2.1. Naturaleza y descripción del signo solicitado



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta conformado por la expresión “**COCHIPAPAS**”, siendo por consiguiente evocativo.

³ Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

2.2. Naturaleza y descripción de la marca previamente registrada o solicitada

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	COCHI	CARLOS MARIO DAVILA ALVAREZ	SD2024/0097018	12	29, 43	Marca	Registrada	17 oct. 2035



La marca previamente registrada o solicitada es de naturaleza es de naturaleza mixta y consta, en su elemento nominativo de la expresión “**COCHI**” en color blanco dentro de una caricatura que muestra el cuerpo de un cerdo en color rojo.

3. CASO CONCRETO

3.1. Análisis comparativo

En aplicación de las reglas generales de comparación marcaria, apreciando los signos en su conjunto, pero teniendo en cuenta el elemento que cumple verdadera función diferenciadora y enfatizando las semejanzas sobre las diferencias, la Delegatura encuentra que los signos **COCHIPAPAS** (Mixto) y **COCHI** (Mixto) resultan similarmente confundibles desde los puntos de vista ortográfico, fonético y conceptual.

Inicialmente debe resaltarse que, si bien los signos confrontados son de naturaleza mixta, es claro que el elemento nominativo ejerce mayor impacto en el consumidor medio. Las palabras son los elementos que el público utiliza para identificar, solicitar y recordar los productos o servicios que el signo distinguiría, por lo cual, su peso supera el de un elemento gráfico, máxime cuando el elemento gráfico en el signo solicitado resulta mínimo; pues, no cuenta con colores ni figuras que lo hagan extrínsecamente confundibles.

En consecuencia, el análisis debe centrarse en las expresiones de este signo, pues son aquellas las que generan mayor recordación y atención en el mercado.

Ahora bien, la Delegatura observa que el elemento distintivo predominante del signo solicitado corresponde a la expresión **COCHI**, incorporada íntegramente al inicio del vocablo **COCHIPAPAS**. En efecto, la partícula **PAPAS** posee una capacidad distintiva reducida, en la medida en que alude directamente a un alimento ampliamente utilizado dentro del sector gastronómico y, por tanto, resulta evocativa respecto de productos o servicios relacionados con la preparación, comercialización o expendio de alimentos. Por

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

esta razón, el consumidor tenderá a concentrar su atención en la porción inicial **COCHI**, que constituye el segmento de mayor fuerza diferenciadora dentro del signo solicitado.

Se consideran signos evocativos los que poseen la capacidad de transmitir a la mente una imagen o una idea sobre el producto, a través de llevar a cabo un desarrollo de la imaginación que conduzca a la configuración en la mente del consumidor, del producto amparado por el distintivo. Al respecto se señala en el Proceso 32-IP-2009 que:

"El signo evocativo cumple la función distintiva de la marca y, por lo tanto, es registrable. Sin embargo, entre mayor sea la proximidad del signo evocativo con el producto o servicio que se pretende registrar, podrá ser considerado como un signo marcadamente débil y, en consecuencia, su titular tendría que soportar el registro de signos que en algún grado se asemejen a su signo distintivo. Esto se da en el caso de signos evocativos que contengan elementos genéricos, descriptivos o de uso común. Si bien, estos elementos otorgan capacidad evocativa al signo, también lo tornan especialmente débil, ya que su titular no puede impedir que terceros utilicen dichos elementos. Cosa distinta ocurre cuando el signo evocativo es de fantasía y no hay una fuerte proximidad con el producto o servicio que se pretende distinguir. En este evento, el consumidor tendrá que hacer una deducción no evidente y, por lo tanto, la capacidad distintiva del signo es marcadamente fuerte".

Ahora bien, esta Delegatura tendrá en cuenta la debilidad de la expresión 'PAPAS' para identificar productos alimenticios en Clase 29 Internacional.

En primer lugar, desde el punto de vista ortográfico, las semejanzas son evidentes. El signo antecedente está conformado por la expresión **COCHI**, mientras que el signo solicitado reproduce íntegramente dicho vocablo al inicio de la expresión **COCHIPAPAS**. Así, ambos signos comparten exactamente las mismas cinco letras iniciales, dispuestas en idéntico orden: C-O-C-H-I. Coinciden plenamente sus cadenas vocálicas O-I y sus cadenas consonánticas C-C-H, reproduciendo una misma secuencia gráfica que constituye la porción de mayor recordación visual de los signos enfrentados. La adición de la partícula **PAPAS** en el signo solicitado no elimina la identidad existente respecto del segmento **COCHI**, que permanece claramente reconocible e individualizable dentro del conjunto.

La semejanza fonética resulta igualmente relevante, ambos signos comparten exactamente la misma secuencia sonora inicial **/ko-tʃi/**, siendo esta coincidencia especialmente relevante desde la perspectiva marcaria, pues el consumidor suele prestar mayor atención al comienzo de las expresiones. La adición de los fonemas /p/ - /a/ - /p/ - /a/ - /s/ en **COCHIPAPAS** prolonga la pronunciación del signo, pero no elimina ni modifica la identidad fonética generada por la reproducción íntegra de la secuencia **COCHI**, que constituye la totalidad del signo antecedente y la porción de mayor recordación auditiva dentro del conjunto solicitado.

Por último, desde el plano conceptual, la proximidad también es significativa. El signo antecedente incorpora la expresión **COCHI** acompañada de una caricatura que representa el cuerpo de un cerdo en color rojo, circunstancia que induce al consumidor a asociar inmediatamente el vocablo con la palabra coloquial "cochino", utilizada en diversos contextos para referirse a un cerdo o porcino⁴. Por su parte, el signo solicitado **COCHIPAPAS** conserva íntegramente dicha evocación conceptual, adicionando la

⁴ Real Academia de la Lengua Española. Tomado de: <https://dle.rae.es/cochino?m=form>. Consultado el 10 de junio de 2026.

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

referencia a las papas como producto alimenticio. Así, ambos signos convergen en un mismo núcleo conceptual relacionado con productos alimenticios y con la idea evocada por la expresión **COCHI**, siendo la referencia adicional a las papas insuficiente para generar una diferenciación conceptual relevante.

Finalmente, las diferencias gráficas existentes entre los signos no resultan suficientes para neutralizar las importantes coincidencias derivadas de sus elementos nominativos.

En consecuencia, la Delegatura concluye que los signos **COCHIPAPAS** (Mixto) y **COCHI** (Mixto) presentan coincidencias ortográficas, fonéticas y conceptuales suficientemente relevantes, derivadas principalmente de la reproducción íntegra de la expresión **COCHI** dentro del signo solicitado, razón por la cual resultan similarmente confundibles y susceptibles de generar riesgo de confusión directa o de asociación respecto del origen empresarial de los productos o servicios identificados.

De este modo, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que el signo sea idéntico o se asemeje, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, resulta necesario que la administración se pronuncie si los productos o servicios que se pretenden identificar con el signo solicitado, son susceptibles de causar un riesgo de confusión.

3.2. Conexidad Competitiva

Encontrando que existen similitudes entre los signos confrontados, esta Delegatura atendiendo a los argumentos esbozados por el recurrente en su escrito de apelación, procederá a realizar el respectivo análisis de conexidad competitiva entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado frente a la cobertura que ampara la marca registrada situándose en el lugar del consumidor, así como su grado de percepción de conformidad con el tipo de productos de que se trata.

Para lo cual, tendrá en cuenta que la Decisión 486 establece ciertas limitaciones y excepciones al derecho exclusivo de la marca "*ius prohibendi*", las cuales se encuentran determinadas en los artículos 157, 158 y 159 de la antedicha norma.

Adicionalmente, esta Delegatura considerará los criterios de conexidad competitiva establecidos por la interpretación IP 100-2018 del Tribunal Andino, que establece: 1) el grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios de los signos bajo análisis; 2) la complementariedad entre aquellos y 3) la posibilidad de considerar que provienen del mismo empresario (razonabilidad).

Así mismo y solo de manera complementaria a los criterios previamente enunciados, como factor de conexión competitiva se examinarán los canales de aprovisionamiento, distribución y/o de comercialización, así como los medios de publicidad empleados en su difusión, la tecnología utilizada, su finalidad o función, y el género la naturaleza de los productos o servicios.

El signo solicitado pretende distinguir:

29: Papas procesadas; papas deshidratadas; snacks a base de papas; chips de papas a base de patatas; croquetas de papas; papas deshidratadas; papas fritas; chips de papas; nuggets de papas; snacks a base de soja; snacks a base de yuca; chips de yuca; chips

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

de plátano; snacks en los que predominan las frutas deshidratadas y frutos secos procesados; snacks a base de verduras y hortalizas; chicharrones; pasabocas a base de carne; carne en conserva; sucedáneos de la carne; cortezas de cerdo; cortezas de tocino; snacks a base de leche; salsas de aceite de oliva; aceite de oliva para uso alimenticio; frutas, verduras, hortalizas y legumbres en conserva.

El signo previamente registrado distingue:

Expediente	Productos.
------------	------------

SD2024/0097018	(29): Albóndigas de carne de vaca; albóndigas de carne de vacuno; algodón de carne; algodón de carne de camarón; algodón de carne de cerdo; algodón de carne de chancho; algodón de carne de gambas; algodón de carne de pato; algodón de carne de pescado; algodón de carne de pollo; algodón de carne de res; algodón de carne de ternera; algodón de carne (rousong); alimentos a base de carne; alimentos a base de carne, pescado, fruta o vegetal; alimentos a base de carne, pescado, fruta o verduras, hortalizas y legumbres; anticuchos [brochetas de carne marinada]; anticuchos [pinchos de carne marinada]; aperitivos a base de carne; aporreadillo [plato a base de carne]; barbacoa [carne preparada]; bastardei [productos de carne preparados]; birria [carne preparada]; bistecs de carne picada; bistecs de carne picada [hamburguesas]; borts [carne seca tradicional]; borts [carne seca tradicional de mongolia]; bortstoi shul [sopa tradicional con carne seca]; bortstoi shul [sopa tradicional de mongolia de carne seca]; botanas a base de carne; bresaola [carne seca de vacuno]; bulgogi [plato coreano a base de carne de vacuno]; bulgogi [plato coreano que consiste en rodajas de carne de vacuno sazonados y asados]; bulgogi [rodajas de carne de res asada y condimentada]; caldo de carne de vaca; caldo de carne de vacuno; caldo de carne granulado; caldos de carne granulados; caldos de cocción concentrados de carne de res; carne; carne ahumada; carne artificial en cuanto sucedáneos de la carne; carne asada; carne asada marinada en salsa de soja; carne, carne de ave y carne de caza; carne celular en cuanto sucedáneos de la carne; carne cocida; carne cocida en conserva; carne cocida en lata; carne cocinada en bote; carne congelada; carne cultivada en cuanto sucedáneos de la carne; carne curada; carne de ave; carne de ave asada; carne de ave cocida; carne de ave congelada; carne de borrego [carne de cordero preparada]; carne de camarón desmenuzada; carne de camarón rallada; carne de carnero [carne de oveja preparada]; carne de caza; carne de cerdo; carne de cerdo desmenuzada; carne de cerdo en lata; carne de cerdo enlatada; carne de cerdo procesada en lata; carne de cerdo procesada enlatado [conservas]; carne de cerdo rallada; carne de chancho desmenuzada; carne de chancho rallada; carne de cochinillo; carne de cordero procesada; carne de desmenuzada; carne de gansos cebados; carne de imitación; carne de imitación a base de plantas; carne de imitación de origen vegetal; carne de membrillo; carne de oveja, seca; carne de oveja seca; carne de panceta a la parrilla; carne de pato desmenuzada; carne de pato rallada; carne de patos cebados; carne de pavo; carne de pescado
----------------	---

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

desmenuzada; carne de pescado rallada; carne de pollo desmenuzada; carne de pollo rallada; carne de rallada; carne de rana toro; carne de res desmenuzada; carne de res rallada; carne de salchicha; carne de salchichas; carne de ternera; carne de ternera asada; carne de ternera desmenuzada; carne de ternera lechal; carne de ternera rallada; carne de ternera, seca; carne de ternera seca; carne de vaca; carne de vaca preparada; carne de vaca, seca; carne de vaca seca; carne de vacuno; carne de vacuno en conserva; carne de vacuno en conserva [corned beef]; carne de vacuno preparada; carne de vacuno, seca; carne de vacuno seca; carne de venado; carne desecada de almeja; carne desecada de caracoles de mar; carne desecada de navajas; carne desecada de pescado; carne deshidratada; carne en conserva; carne en lonchas; carne en tajadas; carne enlatada cocinada; carne enlatada [conservas]; carne fresca; carne fresca de aves de corral; carne frita; carne in vitro en cuanto sucedáneos de la carne; carne liofilizada; carne o pescado enlatados; carne para tacos; carne, pescado, carne de ave y carne de caza; carne, pescado, verduras, hortalizas, legumbres y frutas en lata; carne picada; carne preparada; carne procesada; carne saltada; carne salteada; carne seca; carne seca de alpaca; carne seca de bisonte; carne seca de cabra; carne seca de canguro; carne seca de cerdo; carne seca de chancho; carne seca de ciervo; carne seca de cordero; carne seca de llama; carne seca de pato; carne seca de pollo; carne seca de vacuno; carne seca de venado; carne seca de yak; carne sintética en cuanto sucedáneos de la carne; carne vacuna; carne vacuna en tajadas; carnes cocidas; carnes curadas; carnes de almeja navaja secadas; carnes de almeja secadas; carnes de bote; carnes de cerdo ahumados; carnes de cerdo asadas; carnes de cerdo cocidas; carnes de cerdo curadas; carnes de cerdo procesadas; carnes de cerdo saladas; carnes de cerdo secas; carnes de corbícula secadas; carnes de lomo; carnes de lomo de cerdo; carnes de pescado secadas; carnes en conserva; carnes envasadas; carnes saladas; carnes secas; carnes secas y saladas; carnes secas y saladas al sol; carnitas [carne de cerdo preparada]; cassoulet en cuanto frijoles horneados con hierbas y carne; cassoulet [frijoles horneados con hierbas y carne]; charque [carne seca salada]; charque de carne de vaca; charqui [carne seca salada]; charqui de carne de vacuno; chilatequile [plato a base de carne]; chile con carne; chilmole [plato a base de carne]; chucrut con guarnición en cuanto sauerkraut cocinado y servido con carne; chucrut con guarnición [sauerkraut cocinado y servido con carne]; chuletas de carne empanizadas; comidas cocinadas que consisten principalmente en carne; comidas congeladas compuestas principalmente de carne, pescado, carne de ave o verduras; comidas envasadas compuestas principalmente de carne, pescado, carne de ave o verduras; comidas preenvasadas compuestas principalmente de carne; comidas preenvasadas compuestas principalmente de carne de caza; comidas preparadas compuestas principalmente de carne; comidas preparadas compuestas principalmente de tofu con carne; comidas preparadas principalmente a base de carne; comidas preparadas que consisten principalmente en carne; comidas preparadas que

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

consisten principalmente en sucedáneos de carne de caza; comidas preparadas que consisten principalmente en sucedáneos de la carne; comidas preparadas que consisten principalmente en tofu con carne; comidas preparadas que contengan carne [donde predomina la carne]; compuestos de proteínas vegetales texturizadas utilizadas como sucedáneos de la carne; confits elaborados a base de carne de ave; confits elaborados a base de carne de ave cebada; conservas congeladas de carne; conservas de carne; conservas de carne de cerdo; conservas de carne envasadas al vacío; conservas de productos alimenticios a base de carne; cordero (carne preparada); cordero [carne preparada]; costillas [carne troceada]; cotechino [embutido grande de carne de cerdo]; dips a base de carne; empanadillas de carne de vaca; empanadillas de carne de vacuno; ensaladas de carne; estofado de carne de vaca; estofado de carne de vacuno; extractos de carne; extractos de carne de cerdo; filetes de carne; filetes de carne de res; filetes de carne de vacuno; furi-kake [copos secos de pescado, carne, verduras o algas]; galbi [plato de carne asada]; galbi [platos a base de carne asada]; gelatina de carne; gelatinas de carne; gyro en cuanto carne asada; gyros en cuanto carne asada; haggis [plato de carne escocés]; hamburguesas de carne; hamburguesas de carne de pavo; hamburguesas de carne de res; hamburguesas de carne picada; hamburguesas en cuanto bistecs de carne picada; hamburguesas [filetes] de carne; hamburguesas [filetes] de carne de buey; hamburguesas [filetes] de carne de res; huevos duros cubiertos en carne de salchicha y pan molido; huevos duros cubiertos en carne de salchicha y pan rallado; imitación de carne; jaleas de carne; jugo de carne; khorovats [brochetas de carne marinada]; khorovats [pinchos de carne marinada]; kimchi jjigae [platos coreanos principalmente a base de hortalizas fermentadas, carne de cerdo y tofu]; lomo saltado [plato preparado a base de carne]; luganega di cavallo [embutidos preparados con carne de caballo]; maniçoba [plato a base de carne con hoja de mandioca molida]; masa harinosa oblonga a base de pescado o carne blanca; masa harinosa oblonga a base de pescado o carne blanca [quenelles]; mondongo [tripas] de carne de res; mondongo [tripas] de carne de vacuno; pasta a base de carne; pasta de carne; pastas de carne; pastas de carne para untar; pastas para untar a base de carne; pastel de carne y puré de patata; pastel de carne y puré de patatas; patés a base de carne para untar; picadillo [carne picada]; plato de carne en conserva con verduras picadas y doradas; platos de carne preparados; platos preparados a base de carne; platos preparados a base de carne de ave cebada; platos preparados congelados que consisten principalmente en carne; platos preparados congelados que consisten principalmente en carne de ave; platos principales compuestos en su mayor parte de carne de vacuno, pescado, carne de ave o verduras; poutine [plato canadiense principalmente a base de patatas fritas recubiertas de salsas a base de jugo de carne y requesón]; preparación culinaria de picadillo de conserva de carne de vacuno [corned beef] y patatas; productos alimenticios compuestos esencialmente de carne; productos alimenticios compuestos principalmente de carne; productos

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

alimenticios en los que predominan la carne; productos compuestos principalmente de carne; productos de carne en cuanto hamburguesas de carne picada; productos de carne en forma de hamburguesas de carne picada; quenelles [carne]; quenelles de carne; ragú de carne de vacuno; raznjici [brochetas de carne marinada]; raznjici [pinchos de carne marinada]; refrigerios a base de carne; rellenos de carne para empanadas; rellenos de carne para tartas; rollitos de col rellenos de carne; rousong [carne seca]; salamini di cavallo [salami de carne de caballo]; salamini di cervo [salami de carne de venado]; salamini maritati [salami de carne curada]; salchichas a base de carne de ave; salchichas a base de carne de ave cebada; salchichones a base de carne de ave; salchichones a base de carne de ave cebada; salsas para dipear a base de carne; salsas para mojar a base de carne; shashliks [pinchos de carne marinada]; sucedáneos de carne a base de insectos; sucedáneos de carne a base de larvas de insectos; sucedáneos de carne de cangrejo; sucedáneos de la carne; sucedáneos de la carne a base de plantas; sucedáneos de la carne a base de proteínas; sucedáneos de la carne a base de verduras, hortalizas y legumbres; sucedáneos de la carne de ave; sucedáneos de la carne de caza; sucedáneos de la carne de origen vegetal; sucedáneos de la carne para uso industrial en la fabricación de productos alimenticios; sucedáneos de la carne preparados a partir de granos de soja [proteínas de soja texturizadas]; sucedáneos de la carne preparados a partir de granos de soya [proteínas de soja texturizadas]; sucedáneos de la carne preparados a partir de verduras, hortalizas y legumbres [proteínas vegetales texturizadas]; tajadas de carne de vaca; tajadas de carne de vacuno; tajín [plato preparado a base de carne, pescado o verduras]; tajín [plato preparado a base de carne, pescado o verduras, hortalizas y legumbres]; tentempiés a base de carne; terrina de carne; terrinas de carne; tiras de carne; zampone [patitas de chanco rellenas de carne de cerdo]; zampone [patitas de chanco rellenas de carne de chanco].

(43): Alquiler de cajones eléctricos para calentar los alimentos y la vajilla; preparación de alimentos; preparación de alimentos para terceros en régimen de externalización; servicios de alimentos preparados; servicios de asesoramiento en materia de preparación de alimentos; servicios de banquetes para el suministro de alimentos; servicios de cocción de alimentos; servicios de consultoría en el ámbito de los alimentos; servicios de consultoría en materia de alimentos; servicios de consultoría en materia de preparación de alimentos; servicios de consultoría relacionados con la preparación de alimentos; servicios de decoración de alimentos; servicios de preparación de alimentos; servicios de preparación de alimentos y bebidas; servicios de restauración [alimentos y bebidas]; servicios de restauración para el suministro de alimentos; suministro de alimentos y bebidas para niños con necesidades especiales; suministro de información en materia de preparación de alimentos y bebidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata de productos que pueden ser ofrecidos por el mismo empresario en el mercado.

Adicionalmente, con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Delegatura observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

La Delegatura encuentra que entre los productos y servicios reivindicados por el signo solicitado y aquellos amparados por el registro antecedente se presentan distintos niveles de conexión competitiva, dependiendo de la naturaleza específica de las coberturas enfrentadas.

En relación con los productos de la Clase 29, se observa que se presenta identidad, entre carne en conserva y carnes en conserva, así como entre sucedáneos de la carne y sucedáneos de la carne, frutas, verduras, hortalizas y legumbres en conserva alimentos a base de carne, pescado, fruta o verduras, hortalizas y legumbres, así como respecto de diversas preparaciones alimenticias conservadas o procesadas a base de tales ingredientes. En estos eventos, la proximidad entre las coberturas es de tal intensidad que la conexión competitiva deriva de una verdadera identidad o coincidencia material de los productos amparados.

Del mismo modo, respecto de los productos reivindicados por el solicitante consistentes en chicharrones, pasabocas a base de carne, cortezas de cerdo y cortezas de tocino, la Delegatura observa una evidente identidad, aunque las denominaciones no sean literalmente idénticas en todos los casos, el grado de coincidencia material entre los productos resulta particularmente elevado, toda vez que participan del mismo segmento económico y satisfacen necesidades de consumo equivalentes.

Existe conexión competitiva por razonabilidad, cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, puede asumir que los productos y servicios identificados por los signos confrontados provienen del mismo empresario.

Por otra parte, respecto de los productos consistentes en papas procesadas, papas deshidratadas, snacks a base de papas, chips de papas, croquetas de papas, papas fritas, nuggets de papas, snacks a base de soja, snacks a base de yuca, chips de yuca, chips de plátano, snacks a base de verduras y hortalizas, snacks en los que predominan frutas deshidratadas y frutos secos procesados, snacks a base de leche, salsas de aceite de oliva y aceite de oliva para uso alimenticio, la conexión competitiva se configura a partir del criterio sustancial de razonabilidad.

En efecto, la realidad económica actual evidencia que las empresas dedicadas a la producción y comercialización de alimentos procesados suelen desarrollar portafolios amplios que abarcan múltiples categorías de productos alimenticios, sin limitarse exclusivamente a una materia prima específica. El consumidor contemporáneo se encuentra habituado a encontrar bajo una misma marca productos cárnicos, snacks,

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

aperitivos, alimentos preparados, productos vegetales procesados, aceites comestibles, salsas y demás alimentos destinados al consumo humano. No resulta extraño que una empresa dedicada a la producción de alimentos a base de carne expanda naturalmente su actividad hacia líneas de snacks de origen vegetal, productos derivados de papa, aperitivos, alimentos procesados o productos complementarios destinados al mismo mercado de consumo masivo.

La razonabilidad de tal expansión empresarial se hace aún más evidente cuando se observa que muchas de las coberturas protegidas por el antecedente corresponden a productos alimenticios preparados, comidas procesadas, aperitivos, botanas, refrigerios y alimentos en conserva, categorías que participan del mismo circuito económico que los productos reivindicados por el solicitante. Desde la perspectiva del consumidor medio, resulta perfectamente plausible que una empresa que comercializa productos alimenticios a base de carne también ofrezca chips, snacks, aperitivos vegetales, productos derivados de papa o alimentos procesados identificados bajo la misma marca. La dinámica actual del sector alimentario muestra precisamente una tendencia constante hacia la diversificación de portafolios y la expansión hacia categorías adyacentes de consumo.

Finalmente, respecto de los servicios de la Clase 43 protegidos por el antecedente, la conexión competitiva también se encuentra acreditada con fundamento en el criterio de razonabilidad. En efecto, los servicios de preparación de alimentos, servicios de alimentos preparados, restauración, suministro de alimentos y bebidas, preparación de alimentos para terceros y demás actividades gastronómicas protegidas por el antecedente guardan una estrecha relación económica con los productos alimenticios reivindicados por el solicitante. La experiencia del mercado demuestra que es habitual que los empresarios dedicados a la fabricación y comercialización de alimentos procesados amplíen posteriormente su actividad hacia servicios de preparación, expendio, restauración o suministro de alimentos, del mismo modo que los establecimientos gastronómicos suelen desarrollar líneas propias de productos alimenticios comercializados bajo una misma identidad marcaria.

Desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable asumir que los productos alimenticios identificados en la Clase 29 y los servicios relacionados con la preparación, suministro y restauración de alimentos de la Clase 43 puedan provenir de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas. Ambos participan del mismo sector alimentario, se dirigen a un público coincidente y satisfacen necesidades estrechamente relacionadas con la alimentación humana. Por ello, aun cuando pertenezcan formalmente a clases distintas, la conexión competitiva surge de la expectativa razonable del consumidor de encontrar bajo una misma marca tanto productos alimenticios como servicios destinados a su preparación, comercialización o suministro.

No siendo vano recordar, que en virtud de la teoría de la interdependencia, entre mayor sea la similitud entre los signos confrontados, mayor debe ser la diferenciación entre los productos o servicios que identifican, lo cual no ocurre en el presente caso.

Ref. Expediente N° SD2025/0035962

4. CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente confirmar la Resolución N° 100486 de 1 de diciembre de 2025.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Confirmar la decisión contenida en la Resolución N° 100486 de 1 de diciembre de 2025 proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

ARTÍCULO 2: Notificar a la sociedad **VECTOR FOODS S.A.S.**, parte solicitante, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., el 3 de julio de 2026

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,



PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL