REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° **33245**

Ref. Expediente N° SD2017/0082293

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 23 de octubre de 2017, GASTROINNOVA SAS, solicitó el registro de la Marca DELIZ (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza[1].

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No.812, KOBA COLOMBIA S.A.S, con el fin de desvirtuar la solicitud de registro marcario, con fundamento en la supuesta similitud y confundibilidad del signo solicitado con sus marcas DELIZIARE, registradas en clase 30. En vista de lo anterior, asevera que el signo solicitado se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, argumentando:

El opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 43:

> *"(...) En el presente caso, aunque las marcas en cotejo son mixtas, la parte nominativa a que regirá la comparación entre las marcas. La marca registrada esta compuesta por las expresión "DELIZIARE, de manera muy similar la marca solicitada está construida por la expresión "DELIZ" en consecuencia la marca solicitada podría menoscabar los derechos de la sociedad KOBA COLOMBIA S.A.S., teniendo en cuenta que la configuración visual y ortográfica de los signos resulta similar, reproduciéndose por parte del signo solicirtado,5 de los 9 grafemas de la marca registrada, sin que la terminación de las marcas sea suficiente para diferenciar los signos.*
>
> *Al comparar los dos signos, vemos que ambos Tienen exactamente las mismas primeras 5 letras, dentro de las cuales se encuentran los elementos de mayor recordación de las marcas registradas.*
>
> *Anudado a lo anterior, debe tenerse en cuenta que la letra Z escogida por mi representada dentro de su conjunto marcario no es usada en marcas registradas en la clase 43, lo que eprmite destacar auna ms las similitudes entre las marcas de mi representada y aquellas a las que nos oponemos lo que hace que el signo solicitado no goce de la distintividad suficiente para ser registrado.*
>
> *En cuanto a la conexión competitiva entre los signos como se puede observar, aunque los productos y servicios amparados por ambos signos pertenecen a clases diferentes, existe una relacion de conexidad entre unos y otros ya que tienen un uso conjunto, pues los productos protegidos por las*

[1] **30**: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.
43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

marcas registradas « DELIZIARE », pueden ser preparados y distribuidos en restaurantes cuyos servicios protège el signo pretendido, por lo que en este caso presentan una similitud real para el consumidor, el que podria entonces confundirse y pensar que se trata del mismo origen empresarial(...).

A su vez el opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 30 :

"(...) El signo solicitado, es muy similar a las marcas registradas de mi representada DELIZIARE (Mixta) en clase 30.

En cuanto a la conexión competitiva entre los signos como se puede observar, el signo solicitado preyende identificar productos que pertenecen a la misma clase que los productos distinguidos por las marcas registradas, de manera que se presenta entre los productos asi cotejados, una relación en cuanto a su objeto y finalidad, ya que se trata de alimentos, los cuales son destinados a finalidades idénticas, esto es, al consumo. En este caso, el publico consumidor puede termianr adquiriendo un producto del signo solicitado, en la creencia de que se trata del productos perteneciente a las marcas DELIZIARE.

De acuerdo con lo expuesto, el signo solicitado se encuentra comprendido dentro de la causal establecido por el literal a) del artículo 136 de la Desición 486 de la Comisión de la Comunidad Andina y en consecuencia, su registro debe ser negado (...)".

TERCERO: A su vez la sociedad DIVAL S.A, con el fin de desvirtuar la solicitud de registro marcario, con fundamento en la supuesta similitud y confundibilidad del signo solicitado con sus marcas DELI, registradas en clase 30. En vista de lo anterior, asevera que el signo solicitado se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal b) del artículo 135 y literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, argumentando:

El opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 43:

*"(...) De conformidad con el artículo 146 de la decisión 486 de la Comunidad Andina, gozo de interés legítimo para formular el presente escrito de oposición, basado en el hecho que mi cliente es titular de los siguientes signos distintivos: El depósito de enseña comercial **DELi** (Mixta), en la clase 30 internacional, con certificado de registro No. 7013; el depósito de nombre comercial **DELI** (Mixto), en la clase 30 internacional, con certificado de registro No. 8198; La marca **DELi** (mixta) en la clase 30 de la clasificación internacional, con certificado de registro número **371561** vigente hasta el 30 de Enero de 2019; la marca **DELI REPOSTERIA** (mixta), clase 30 internacional, con certificado de registro número **444371,** vigente hasta el 21 de Marzo del 2022; signos con los cuales la marca solicitada guarda una alta similitud, lo que nos otorga un interés legítimo para actuar como observante dentro del trámite en referencia.*

*La marca **"Deliz"** (Mixta) solicitada es muy semejante a la marca **"Deli"** de mi poderdante y como consecuencia genera riesgo de confusión, con el signo sobre el cual tiene mejor derecho mi representado, y los servicios para los cuales se solicitada el registro del signo son conexos y complementarios y necesarios a los productos identificados con la marca de mi cliente, lo cual como ya se mencionó genera un riesgo de confusión y asociación, entre la marca pretendida y la marca registrada.*

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Por otro lado, al analiza la composición gramatical del signo, así como las letras, su distribución, la longitud de las sílabas, la posición de las vocales y consonantes, conforme lo anterior, encontramos que tanto en la marca ***Deliz*** *que se pretende registrar, y la marca* ***Deli*** *de titularidad de mi cliente, el elemento* ***principal*** *es definitivamente la expresión* ***DELI,*** *la cual se reproduce totalmente en el signo a registrar, y si bien se encuentra acompañada de la letra* ***"z"*** *esta no le otorga la suficiente distintividad por lo tanto la única palabra que la compone, insistimos es case idéntica a la marca de titularidad de nuestro cliente ya que la reproduce en su totalidad teniendo las mismas vocales y consonantes en idéntico orden. Lo anterior se traduce en una identidad gramatical, en forma tal que la expresión que compone el signo objeto del trámite de la referencia, reproduce totalmente la marca de mi cliente, sin que exista diferencia gramatical alguna. Por lo anterior, en el presente caso no existe un elemento que le aporte la suficiente distintividad a la marca solicitada ya que insistimos la letra* ***"z"****, no logra darle la fuerza identificadora y diferenciadora que se requiere para que el signo solicitado pueda ser registrado como marca.*

La consecuencia directa de una gran similitud gramatical es una gran similitud fonética. Tal como se expuso con anterioridad, la marca ***Deliz*** *que se pretende registrar, reproduce con exactitud el elemento principal del signo* ***DELI*** *de propiedad de mi cliente, por lo que el resultado fonético al realizar la pronunciación de los signos Deliz y Deli y es una notable similitud fonética, tal y como se desprende de la lectura en voz alta (****DELi/ Deliz / DELi/ DELIZ / DELi/ Deliz/****, en consecuencia, el signo objeto de solicitud es altamente confundible con la marca de titularidad de mi poderdante.*

*Por ultimo, en el presente escrito existe una estrecha similitud entre los signos "****Deliz****" y "****DELi****" la cual se ve reforzada por la CONEXIDAD y COMPLEMENTARIEDAD de clases ante la que nos encontramos, pues es claro que la clase 43 dentro de la que se encuentran servicios como: "****Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias****" (Cursiva y negrilla fuera de texto), necesita de los productos de la misma clase 30 internacional, para la cual se encuentra previamente concedida la marca de mi cliente, y con la que se protegen productos como café, té, cacao, arroz, sagú, sucedáneos de café, harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería, y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza, levaduras, polvos para esponjar, sal, mostaza, vinagre, salsas, condimentos; especias, hielo, entre otros; y en ambos casos se trata de productos alimenticios los cuales se sirven en restaurantes (...)".*

A su vez el opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 30 :

"(...) Al estudiar los logos de cada uno de los signos en conflicto claramente se denota que aún en este aspecto son similares, ya que las letras utilizadas y el tipo de grafía es muy similar en ambos. Lo anterior sumado a que en el presente caso, es el elemento denominativo, el que cobra mayor preponderancia, la marca a registrar, genera sin lugar a dudas confusión en el público consumidor, quien creerá por error que se trata de un nuevo cambio de imagen de mi cliente, por lo que considerará que está adquiriendo productos elaborados por este, cuanto esto no será así, generándose por lo tanto un altísimo riesgo de confusión en el público consumidor, no solo con relación al producto que realmente desea adquirir, así como sobre la fuente empresarial del mismo.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

> Por otro lado frente a la causal establecida en el artículo 135 literal b) al analizar este requisito indispensable de todo registro marcario, en el caso de la marca a registrar, nos damos cuenta que esta no es lo suficientemente distintiva, ya que el elemento principal reproduce en su totalidad, la marca previamente registrada sin que el cambio de una letra logré otorgarle elementos adicionales que le permitan distinguirse de la previamente registrada tal y como se ha demostrado a lo largo de este escrito.
>
> Con el signo distintivo "**Dely** productos deli" se pretende identificar productos de la clase 30 internacional, esto es: "***Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especies***",(negrilla, subraya y cursiva fuera de texto), es decir, alimentos. Partiendo de la definición de alimentos como "*Cualquier sustancia que toma, recibe o ingiere un ser vivo para su nutrición*"10, indefectiblemente llegamos a la conclusión que se trata de los mismos productos amparados en la clase 30. En este orden de ideas, la sociedad **DYVAL S.A.** es titular de la marca **DELi** en la clase 30 de la clasificación internacional, es decir, la sociedad observante produce y comercializa productos como "*Café, té, cacao, arroz, sagú, sucedáneos de café,* ***harinas y preparaciones hechas de cereales, pan,*** *pastelería, y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza, levaduras, polvos para esponjar, sal mostaza, vinagre,* ***salsas (condimentos); especias,*** *hielo*", lo que se traduce en la oferta y preparación de alimentos tales como ***pan, galletas, tortas, sándwiches, salsas productos de pastelería etc***, los cuales llegan al público consumidor identificados con la marca **DELi** (...)"

CUARTO: Que dentro del término concedido para tal efecto, GASTROINNOVA SAS, no dio respuesta a las oposiciones presentadas.

QUINTO: Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal b) del artículo 135 de la Decisión 486

"No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad".

Concepto de la norma

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *"el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar*

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10. Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores[2]*".*

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *"la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella*[3]*".*

El tribunal distingue tanto *"una capacidad distintiva "intrínseca" como una capacidad distintiva "extrínseca", la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos*[4]*".*

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 tercero[5], 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.

---

[2]Proceso 126-IP-2005. Interpretación prejudicial de los artículos 134 y 136, literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la consulta formulada por el Consejo de Estado de la República de Colombia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Expediente Interno Nº 2002-00339. Actor: BRITISH AMERICAN TOBACCO COMPANY LIMITED. Marca mixta: "MARINE EXTRA SUAVE".

[3]Op. Cit.

[4]Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 76-IP-2007 Interpretación prejudicial de los artículos 134, 135 literal j), 136 literal a), 201, 203 y 212 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, conforme a la solicitud presentada por la Segunda Sala del Tribunal Distrital Nº 1 de lo Contencioso Administrativo de Quito de la República del Ecuador, e interpretación de oficio de los 135 literal k) y l), 146, 148, 150, 214, 218 y 219 de la misma Decisión. Signo: TEQUILA. Actor: TEQUILA CUERVO S.A. DE C.V. Proceso interno Nº 10516 LYM.

[5] •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. (...)".

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10. Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

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 registrada[6].

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

El signo solicitado a registro es:

Signo solicitado
Deliz

[6] A tal efecto, el Tribunal ha recogido los siguientes criterios para definir el tema para la conexión competitiva:

a) Canales de comercialización: Hay lugares de comercialización o expendio de productos que influyen escasamente para que pueda producirse su conexión competitiva, como sería el caso de las grandes cadenas o tiendas o supermercados en los cuales se distribuye toda clase de bienes y pasa desapercibido para el consumidor la similitud de un producto con otro. En cambio, se daría tal conexión competitiva, en tiendas o almacenes especializados en la venta de determinados bienes. Igual confusión se daría en pequeños sitios de expendio donde marcas similares pueden ser confundidas cuando los productos guardan también una aparente similitud.

b) Similares medios de publicidad: Los medios de comercialización o distribución tienen relación con los medios de difusión de los productos. Si los mismos productos se difunden por la publicidad general- radio televisión y prensa-, presumiblemente se presentaría una conexión competitiva, o los productos serían competitivamente conexos. Por otro lado, si la difusión es restringida por medio de revistas especializadas, comunicación directa, boletines, mensajes telefónicos, etc., la conexión competitiva sería menor.

c) Relación o vinculación entre productos: Cierta relación entre los productos puede crear una conexión competitiva. En efecto, no es lo mismo vender en una misma tienda cocinas y refrigeradoras, que vender en otra helados y muebles; en consecuencia, esa relación entre los productos comercializados también influye en la asociación que el consumidor haga del origen empresarial de los productos relacionados, lo que eventualmente puede llevarlo a confusión en caso de que esa similitud sea tal que el consumidor medio de dichos productos asuma que provienen de un mismo productor.

d) Uso conjunto o complementario de productos: Los productos que comúnmente se puedan utilizar conjuntamente (por ejemplo: puerta y chapa) pueden dar lugar a confusión respecto al origen empresarial, ya que el público consumidor supondría que los dos productos son del mismo empresario. La complementariedad entre los productos debe entenderse en forma directa, es decir, que el uso de un producto puede suponer el uso necesario del otro, o que sin un producto no puede utilizarse el otro o su utilización no sería la de su última finalidad o función.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165

Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

El cual pretende identificar los siguientes productos y servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

30: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

En el presente caso, esta Dirección observa que el opositor alegó como causal de irregistrabilidad la correspondiente al **artículo 135 literal b) de la Decisión 486**, es decir, que no cumple con uno de los requisitos exigidos por la norma comunitarias para que sea procedente su registro; pues el signo solicitado se encuentra incurso en esta causal de irregistrabilidad toda vez que carece de distintividad, elemento indispensable para ser admitida como marca, pues es absolutamente similar a las marcas mixtas **DELI**. Sin embargo, todas sus argumentaciones fácticas corresponden a la eventual confundibilidad del signo solicitado con una marca previamente registrada, lo cual no corresponde a la precitada causal, pues se trata de objeciones que encajan dentro de los presupuestos del literal a) del artículo 136 ibídem, razón por la cual al existir una norma especial que contempla literalmente los argumentos del opositor, esta Dirección procederá a efectuar el análisis de la causal correcta que también fue alegada por el observante:

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

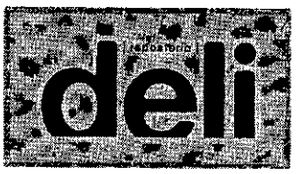
Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	deliziare	KOBA COLOMBIA S.A.S.	13112017	10	30	Marca	Registrada
Mixta	deliziare		14044371	10	30	Marca	Registrada
Mixta	deli repostería	DYVAL S.A.	11139887	9	30	Marca	Registrada
Mixta	DELI		97001067	7	30	Marca	Registrada
Nominativa	DELI		923538550	8	30	Nombre Comercial	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
Deliz	**(Mixta)**

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10. Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

(Mixta)	 **(Mixta)** **(Mixta)** **DELI** **(Nominativa)**

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que: "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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial".

Análisis comparativo marca opositora DELIZIARE

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados **DELIZIARE / DELIZ** comparten cierta semejanza, al compartir el prefijo DELI, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

elementos adicionales, especialmente la marca registrada DELIZIARE que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

En consecuencia las marcas analizadas no son confundibles, pues como se indicó líneas atrás al ser pronunciadas por el consumidor, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no presentan coincidencias vocálicas relevantes, así como tampoco comparten la mayoría de sus letras, ni su disposición dentro del conjunto.

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos.

Análisis comparativo marca opositora DELI

Esta Dirección encuentra que los signos analizados **DELI / DELIZ** son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares,. comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

Desde el punto de vista fonético, encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, dado que al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados. Así mismo, en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, apreciándose sucesión de sílabas, la extensión de los signos y las coincidencias en las raíces o las terminaciones.

Ahora bien, el elemento nominativo de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, es decir **DELI / DELIZ**, vislumbrándose que el elemento nominativo sobresaliente que es DELI/Z en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, sin que la inclusión de la consonante "Z" le otorgue la distintividad suficiente en comparación con la marca registrada.

Es de aclarar que los demás elementos gráficos adicionales que hacen parte del signo solicitado no son suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los servicios protegidos con estas marcas.

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 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 servicios.

Conexión competitiva con marca registrada DELI

El signo solicitado pretende distinguir:

30: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10. Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Resolución N° **33245**

Ref. Expediente N° SD2017/0082293

43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

Los signos confrontados identifican:

Expediente	**Productos**
11139887	(30): Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería, y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias hielo.
97001067	(30): Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería, y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias hielo.
923538550	(30): Café, té, cacao, azúcar...

Análisis conexión competitiva clase 30

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases 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 del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional, es decir, clase 30, donde los signos objeto de discusión comparten los mismos productos consistentes en: "*preparaciones a base de harinas y cereales, salsas y especias.*"

Análisis conexión competitiva clase 43

Vista la cobertura de los signos enfrentados, logra vislumbrarse que entre éstas existe una conexión estrecha y directa, al tratarse de productos que necesariamente requieren del otro para su correcto funcionamiento o simplemente para mejorar la finalidad de los mismos, debido a que la marca solicitada pretende proteger los servicios identificados con la clase 43 "*Servicios de restauración (alimentación); comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias*"

Si bien pertenece a un numeral diferente que los productos ofrecidos por el signo registrado, entre estos hay una estrecha relación pues en las cafeterías y restaurantes por lo general se encentran productos como pan, galletas, golosinas; productos que hacen parte de la clase 30; además no resulta extraño que el empresario que ofrece servicios de comedor ofrezca dentro de este productos de panadería, golosinas; Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Resolución N° **33245**

Ref. Expediente N° SD2017/0082293

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.

Conclusión

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: Declarar infundada la oposición interpuesta por KOBA COLOMBIA S.A.S.

ARTÍCULO SEGUNDO: Declarar fundada la oposición interpuesta por DYVAL S.A.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca DELIZ (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza[7], solicitada por GASTROINNOVA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar a GASTROINNOVA SAS, solicitante del registro y a KOBA COLOMBIA S.A.S. y DYVAL S.A., opositores, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.
Dado en Bogotá D.C., el 16 de mayo de 2018

Juan Manuel Serrano

JUAN MANUEL SERRANO CASTILLO
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

[7] **30**: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.
43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° **33246**

Ref. Expediente N° SD2017/0082294

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 23 de octubre de 2017, GASTROINNOVA SAS, solicitó el registro de la Marca DELIZ (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza[1].

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No.812, KOBA COLOMBIA S.A.S, con el fin de desvirtuar la solicitud de registro marcario, con fundamento en la supuesta similitud y confundibilidad del signo solicitado con sus marcas DELIZIARE, registradas en clase 30. En vista de lo anterior, asevera que el signo solicitado se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, argumentando:

El opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 43:

> *"(...) En el presente caso, aunque las marcas en cotejo son mixtas, la parte nominativa a que regirá la comparación entre las marcas. La marca registrada esta compuesta por las expresión "DELIZIARE, de manera muy similar la marca solicitada está construida por la expresión "DELIZ" en consecuencia la marca solicitada podría menoscabar los derechos de la sociedad KOBA COLOMBIA S.A.S., teniendo en cuenta que la configuración visual y ortográfica de los signos resulta similar, reproduciéndose por parte del signo solicirtado,5 de los 9 grafemas de la marca registrada, sin que la terminación de las marcas sea suficiente para diferenciar los signos.*
>
> *Al comparar los dos signos, vemos que ambos Tienen exactamente las mismas primeras 5 letras, dentro de las cuales se encuentran los elementos de mayor recordación de las marcas registradas.*
>
> *Anudado a lo anterior, debe tenerse en cuenta que la letra Z escogida por mi representada dentro de su conjunto marcario no es usada en marcas registradas en la clase 43, lo que eprmite destacar auna ms las similitudes entre las marcas de mi representada y aquellas a las que nos oponemos lo que hace que el signo solicitado no goce de la distintividad suficiente para ser registrado.*
>
> *En cuanto a la conexión competitiva entre los signos como se puede observar, aunque los productos y servicios amparados por ambos signos pertenecen a clases diferentes, existe una relacion de conexidad entre unos y otros ya que tienen un uso conjunto, pues los productos protegidos por las*

[1] **30**: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.
43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

marcas registradas « DELIZIARE », pueden ser preparados y distribuidos en restaurantes cuyos servicios protège el signo pretendido, por lo que en este caso presentan una similitud real para el consumidor, el que podria entonces confundirse y pensar que se trata del mismo origen empresarial(...).

A su vez el opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 30 :

"(...) El signo solicitado, es muy similar a las marcas registradas de mi representada DELIZIARE (Mixta) en clase 30.

En cuanto a la conexión competitiva entre los signos como se puede observar, el signo solicitado preyende identificar productos que pertenecen a la misma clase que los productos distinguidos por las marcas registradas, de manera que se presenta entre los productos asi cotejados, una relación en cuanto a su objeto y finalidad, ya que se trata de alimentos, los cuales son destinados a finalidades idénticas, esto es, al consumo. En este caso, el publico consumidor puede termianr adquiriendo un producto del signo solicitado, en la creencia de que se trata del productos perteneciente a las marcas DELIZIARE.

De acuerdo con lo expuesto, el signo solicitado se encuentra comprendido dentro de la causal establecido por el literal a) del artículo 136 de la Desición 486 de la Comisión de la Comunidad Andina y en consecuencia, su registro debe ser negado (...)".

TERCERO: A su vez la sociedad DIVAL S.A, con el fin de desvirtuar la solicitud de registro marcario, con fundamento en la supuesta similitud y confundibilidad del signo solicitado con sus marcas DELI, registradas en clase 30. En vista de lo anterior, asevera que el signo solicitado se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal b) del artículo 135 y literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, argumentando:

El opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 43:

*"(...) De conformidad con el artículo 146 de la decisión 486 de la Comunidad Andina, gozo de interés legítimo para formular el presente escrito de oposición, basado en el hecho que mi cliente es titular de los siguientes signos distintivos: El depósito de enseña comercial **DELi** (Mixta), en la clase 30 internacional, con certificado de registro No. 7013; el depósito de nombre comercial **DELI** (Mixto), en la clase 30 internacional, con certificado de registro No. 8198; La marca **DELi** (mixta) en la clase 30 de la clasificación internacional, con certificado de registro número **371561** vigente hasta el 30 de Enero de 2019; la marca **DELI REPOSTERIA** (mixta), clase 30 internacional, con certificado de registro número **444371**, vigente hasta el 21 de Marzo del 2022; signos con los cuales la marca solicitada guarda una alta similitud, lo que nos otorga un interés legítimo para actuar como observante dentro del trámite en referencia.*

*La marca **"Deliz"** (Mixta) solicitada es muy semejante a la marca **"Deli"** de mi poderdante y como consecuencia genera riesgo de confusión, con el signo sobre el cual tiene mejor derecho mi representado, y los servicios para los cuales se solicitada el registro del signo son conexos y complementarios y necesarios a los productos identificados con la marca de mi cliente, lo cual como ya se mencionó genera un riesgo de confusión y asociación, entre la marca pretendida y la marca registrada.*

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10. Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Por otro lado, al analiza la composición gramatical del signo, así como las letras, su distribución, la longitud de las sílabas, la posición de las vocales y consonantes, conforme lo anterior, encontramos que tanto en la marca ***Deliz*** *que se pretende registrar, y la marca* ***Deli*** *de titularidad de mi cliente, el elemento* ***principal*** *es definitivamente la expresión* ***DELI,*** *la cual se reproduce totalmente en el signo a registrar, y si bien se encuentra acompañada de la letra* ***"z"*** *esta no le otorga la suficiente distintividad por lo tanto la única palabra que la compone, insistimos es case idéntica a la marca de titularidad de nuestro cliente ya que la reproduce en su totalidad teniendo las mismas vocales y consonantes en idéntico orden. Lo anterior se traduce en una identidad gramatical, en forma tal que la expresión que compone el signo objeto del trámite de la referencia, reproduce totalmente la marca de mi cliente, sin que exista diferencia gramatical alguna. Por lo anterior, en el presente caso no existe un elemento que le aporte la suficiente distintividad a la marca solicitada ya que insistimos la letra* ***"z"****, no logra darle la fuerza identificadora y diferenciadora que se requiere para que el signo solicitado pueda ser registrado como marca.*

La consecuencia directa de una gran similitud gramatical es una gran similitud fonética. Tal como se expuso con anterioridad, la marca ***Deliz*** *que se pretende registrar, reproduce con exactitud el elemento principal del signo* ***DELI*** *de propiedad de mi cliente, por lo que el resultado fonético al realizar la pronunciación de los signos Deliz y Deli y es una notable similitud fonética, tal y como se desprende de la lectura en voz alta (****DELi/ Deliz / DELi/ DELIZ / DELi/ Deliz/****, en consecuencia, el signo objeto de solicitud es altamente confundible con la marca de titularidad de mi poderdante.*

*Por ultimo, en el presente escrito existe una estrecha similitud entre los signos "****Deliz****" y "****DELi"*** *la cual se ve reforzada por la CONEXIDAD y COMPLEMENTARIEDAD de clases ante la que nos encontramos, pues es claro que la clase 43 dentro de la que se encuentran servicios como: "****Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias"*** *(Cursiva y negrilla fuera de texto), necesita de los productos de la misma clase 30 internacional, para la cual se encuentra previamente concedida la marca de mi cliente, y con la que se protegen productos como café, té, cacao, arroz, sagú, sucedáneos de café, harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería, y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza, levaduras, polvos para esponjar, sal, mostaza, vinagre, salsas, condimentos; especias, hielo, entre otros; y en ambos casos se trata de productos alimenticios los cuales se sirven en restaurantes (...)".*

A su vez el opositor expuso los siguientes argumentos para la clase 30 :

"(...) Al estudiar los logos de cada uno de los signos en conflicto claramente se denota que aún en este aspecto son similares, ya que las letras utilizadas y el tipo de grafía es muy similar en ambos. Lo anterior sumado a que en el presente caso, es el elemento denominativo, el que cobra mayor preponderancia, la marca a registrar, genera sin lugar a dudas confusión en el público consumidor, quien creerá por error que se trata de un nuevo cambio de imagen de mi cliente, por lo que considerará que está adquiriendo productos elaborados por este, cuanto esto no será así, generándose por lo tanto un altísimo riesgo de confusión en el público consumidor, no solo con relación al producto que realmente desea adquirir, así como sobre la fuente empresarial del mismo.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Por otro lado frente a la causal establecida en el artículo 135 literal b) al analizar este requisito indispensable de todo registro marcario, en el caso de la marca a registrar, nos damos cuenta que esta no es lo suficientemente distintiva, ya que el elemento principal reproduce en su totalidad, la marca previamente registrada sin que el cambio de una letra logré otorgarle elementos adicionales que le permitan distinguirse de la previamente registrada tal y como se ha demostrado a lo largo de este escrito.

Con el signo distintivo "**Dely** productos deli" se pretende identificar productos de la clase 30 internacional, esto es: "***Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especies***",(negrilla, subraya y cursiva fuera de texto), es decir, alimentos. Partiendo de la definición de alimentos como "*Cualquier sustancia que toma, recibe o ingiere un ser vivo para su nutrición*"[10], indefectiblemente llegamos a la conclusión que se trata de los mismos productos amparados en la clase 30. En este orden de ideas, la sociedad **DYVAL S.A.** es titular de la marca **DELi** en la clase 30 de la clasificación internacional, es decir, la sociedad observante produce y comercializa productos como "*Café, té, cacao, arroz, sagú, sucedáneos de café,* ***harinas y preparaciones hechas de cereales, pan,*** *pastelería, y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza, levaduras, polvos para esponjar, sal mostaza, vinagre,* ***salsas (condimentos); especias,*** *hielo*", lo que se traduce en la oferta y preparación de alimentos tales como ***pan, galletas, tortas, sándwiches, salsas productos de pastelería etc***, los cuales llegan al público consumidor identificados con la marca **DELi** (...)"

CUARTO: Que dentro del término concedido para tal efecto, GASTROINNOVA SAS, dio respuesta a las oposiciones presentadas.

Frente a los alegatos del opositor DIVAL S.A, para sus clases 30 y 43 argumentó:

"(...) Los signos en estudio (solicitado y opositor) a pesar de que comparten letras no es en forma exclusiva por el opositor, en razón a que el derecho de exclusión se ve limitado, por lo tanto lo determinante en este caso es analizar y tener en cuenta que el signo solicitado cuenta con elementos suficientemente distintivos y únicos, la disposición de todos ellos en conjunto (sin fraccionar sus elementos) los cuales están dispuestos en forma original, lo que le da distintividad y generan una visión diferente con relación a la marca opositora.

En este orden de ideas, ya que los signos no son idénticos ni se asemejan, es necesario referirnos a los demás supuestos jurídicos que incluye la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal b) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Ahora bien, para realizar un análisis profundo de la marca solicitada contra la marca opositora, resalto que la marca solicitada solo contiene la expresión DELIZ la cual se le debe reconocer la parte caligrafica que esta ompuesta por un tipo de letra especifico y significativo, diseñado en color negras con letras blancas lo que en conjunto ocasiona una visión integral volviendolo completamente característico y llamativo.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Ahora bien, teniendo en cuenta lo anterior manifestamos enérgicamente que no estamos de acuerdo con la supuesta similitud que existe entre las marcas, ya que la expresión que comparten las mismas son completamente ***GENERICAS,*** *es decir que el término.*

Por lo tanto, nos acogemos a: "la definición de ***"MARCA DEBIL"*** *que de la doctrina extrae la mencionada interpretación, por tal se entiende la que se conforma* ***por palabras de uso común, que por tanto carecen de fuerza distintiva para impedir que otros escoian signos cercanos también de libre uso;*** *o la que es fuertemente evocativa del producto; o la que se ha tomado banal por el crecido número de registros marcarios que lo contienen.*

En este orden de ideas, reiteramos que tampoco se encuentra ningún tipo de similitud respecto a su ***composición ortográfica,*** *ya que las marcas en cuestión se encuentran acompañadas de palabras adicionales completamente diferentes, las cuales generan una diferenciación a simple vista, evitando cualquier tipo de confusión por parte del público consumidor (...)".*

A su vez argumentó frente a los alegatos del opositor KOBA COLOMBIA S.A.S, lo siguientes:

*"(...) La marca solicitada por mi poderdante " "****(Mixta)*** *tiene fuerza para proteger los productos que se comercializan ubicados en la* ***clase 30*** *tales como:* ***"COMIDAS PREPARADAS A BASE DE HARINAS Y CEREALES, SALSAS Y ESPECIAS."*** *Y servicios de la* ***clase 43*** *tales como:* ***"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROPIOS DE UN RESTAURANTE, COMEDOR, SERVICIOS DE BEBIDAS Y ALIMENTOS PREPARADOS INCLUYENDO COMIDAS PREPARADAS A BASE DE HARINAS Y CEREALES, SALSAS Y ESPECIAS.".***

No existe ninguna similitud, entre las marcas en conflicto, puesto que a pesar de que ambos signos comparten únicamente algunas de las letras parte de la expresión "DELI", las mismas NO SON IDÉNTICAS, por lo tanto, es de suma importancia conocer su ***parte conceptual:*** *y más aun teniendo en cuenta que esta expresión proviene del término "DELICIOSO", las cuales serán traídas a colación con el fin de conocer su origen significado y diferencia.*

Ahora bien, las marcas en conflicto siendo de tipo ***MIXTAS,*** *contienen múltiples elementos significativos;* ***visuales,*** *que las hacen totalmente diferentes y que finalmente con cada una de sus características, los consumidores finales van a poder diferenciarlas sin pensar que es el mismo grupo empresaria.*

De esta manera queda demostrado que la marca solicitada por mi poderdante para las clases 30 y 43 cumple con los requisitos de distintividad y no generará ningún riesgo de confusión en el público consumidor o a terceros por lo tanto es viable la concesión de su registro(...)".

QUINTO: Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C. - Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal b) del artículo 135 de la Decisión 486

"No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad".

Concepto de la norma

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *"el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores*[2]*".*

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *"la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella*[3]*".*

El tribunal distingue tanto *"una capacidad distintiva "intrínseca" como una capacidad distintiva "extrínseca", la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos*[4]*".*

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.

---

[2]Proceso 126-IP-2005. Interpretación prejudicial de los artículos 134 y 136, literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la consulta formulada por el Consejo de Estado de la República de Colombia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Expediente Interno N° 2002-00339. Actor: BRITISH AMERICAN TOBACCO COMPANY LIMITED. Marca mixta: "MARINE EXTRA SUAVE".

[3]Op. Cit.

[4]Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 76-IP-2007 Interpretación prejudicial de los artículos 134, 135 literal j), 136 literal a), 201, 203 y 212 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, conforme a la solicitud presentada por la Segunda Sala del Tribunal Distrital N° 1 de lo Contencioso Administrativo de Quito de la República del Ecuador, e interpretación de oficio de los 135 literal k) y l), 146, 148, 150, 214, 218 y 219 de la misma Decisión. Signo: TEQUILA. Actor: TEQUILA CUERVO S.A. DE C.V. Proceso interno N° 10516 LYM.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

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 tercero[5], 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 registrada[6].

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

El signo solicitado a registro es:

---

[5] •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. (...)".

[6] A tal efecto, el Tribunal ha recogido los siguientes criterios para definir el tema para la conexión competitiva:

a) Canales de comercialización: Hay lugares de comercialización o expendio de productos que influyen escasamente para que pueda producirse su conexión competitiva, como sería el caso de las grandes cadenas o tiendas o supermercados en los cuales se distribuye toda clase de bienes y pasa desapercibido para el consumidor la similitud de un producto con otro. En cambio, se daría tal conexión competitiva, en tiendas o almacenes especializados en la venta de determinados bienes. Igual confusión se daría en pequeños sitios de expendio donde marcas similares pueden ser confundidas cuando los productos guardan también una aparente similitud.

b) Similares medios de publicidad: Los medios de comercialización o distribución tienen relación con los medios de difusión de los productos. Si los mismos productos se difunden por la publicidad general- radio televisión y prensa-, presumiblemente se presentaría una conexión competitiva, o los productos serían competitivamente conexos. Por otro lado, si la difusión es restringida por medio de revistas especializadas, comunicación directa, boletines, mensajes telefónicos, etc., la conexión competitiva sería menor.

c) Relación o vinculación entre productos: Cierta relación entre los productos puede crear una conexión competitiva. En efecto, no es lo mismo vender en una misma tienda cocinas y refrigeradoras, que vender en otra helados y muebles; en consecuencia, esa relación entre los productos comercializados también influye en la asociación que el consumidor haga del origen empresarial de los productos relacionados, lo que eventualmente puede llevarlo a confusión en caso de que esa similitud sea tal que el consumidor medio de dichos productos asuma que provienen de un mismo productor.

d) Uso conjunto o complementario de productos: Los productos que comúnmente se puedan utilizar conjuntamente (por ejemplo: puerta y chapa) pueden dar lugar a confusión respecto al origen empresarial, ya que el público consumidor supondría que los dos productos son del mismo empresario. La complementariedad entre los productos debe entenderse en forma directa, es decir, que el uso de un producto puede suponer el uso necesario del otro, o que sin un producto no puede utilizarse el otro o su utilización no sería la de su última finalidad o función.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165

Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Resolución N° **33246**

Ref. Expediente N° SD2017/0082294

Signo solicitado
Deliz

El cual pretende identificar los siguientes productos y servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

30: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

En el presente caso, esta Dirección observa que el opositor alegó como causal de irregistrabilidad la correspondiente al **artículo 135 literal b) de la Decisión 486**, es decir, que no cumple con uno de los requisitos exigidos por la norma comunitarias para que sea procedente su registro; pues el signo solicitado se encuentra incurso en esta causal de irregistrabilidad toda vez que carece de distintividad, elemento indispensable para ser admitida como marca, pues es absolutamente similar a las marcas mixtas **DELIZ**. Sin embargo, todas sus argumentaciones fácticas corresponden a la eventual confundibilidad del signo solicitado con una marca previamente registrada, lo cual no corresponde a la precitada causal, pues se trata de objeciones que encajan dentro de los presupuestos del literal a) del artículo 136 ibídem, razón por la cual al existir una norma especial que contempla literalmente los argumentos del opositor, esta Dirección procederá a efectuar el análisis de la causal correcta que también fue alegada por el observante:

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	deliziare	KOBA COLOMBIA S.A.S.	13112017	10	30	Marca	Registrada
Mixta	deliziare		14044371	10	30	Marca	Registrada
Mixta	DELI	DYVAL S.A.	97001067	7	30	Marca	Registrada
Mixta	ORGANIZACION DELI		97001071	7	30	Marca	Registrada
Mixta	deli repostería		11139887	9	30	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10. Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Resolución N° **33246**

Ref. Expediente N° SD2017/0082294

Signo solicitado	Signos opositores
Deliz (Mixta)	**(Mixta)** **(Mixta)** **(Mixta)** **DELI** **(Nominativa)**

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que: "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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10. Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial".

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 marca opositora DELIZIARE

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados **DELIZIARE / DELI** comparten cierta semejanza, al compartir el prefijo DELI, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales, especialmente la marca registrada DELIZIARE que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

En consecuencia las marcas analizadas no son confundibles, pues como se indicó líneas atrás al ser pronunciadas por el consumidor, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no presentan coincidencias vocálicas relevantes, así como tampoco comparten la mayoría de sus letras, ni su disposición dentro del conjunto.

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos.

Análisis comparativo marca opositora DELI

Esta Dirección encuentra que los signos analizados **DELI / DELIZ** son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

Desde el punto de vista fonético, encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, dado que al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados. Así mismo, en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, apreciándose sucesión de sílabas, la extensión de los signos y las coincidencias en las raíces o las terminaciones.

Ahora bien, el elemento nominativo de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, es decir **DELI / DELIZ**, vislumbrándose que el elemento nominativo

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

sobresaliente que es DELI/Z en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, sin que la inclusión de la consonante "Z" le otorgue la distintividad suficiente en comparación con la marca registrada.

Es de aclarar que los demás elementos gráficos adicionales que hacen parte del signo solicitado no son suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los servicios protegidos con estas marcas.

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 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 servicios.

Conexión competitiva con marca registrada DELI

El signo solicitado pretende distinguir:

30: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

Los signos confrontados identifican:

Expediente	**Productos**
11139887	(30): Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería, y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias hielo.
97001067	(30): Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería, y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias hielo.
923538550	(30): Café, té, cacao, azúcar

Análisis conexión competitiva clase 30

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases 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 del mismo tipo de

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional, es decir, clase 30, donde los signos objeto de discusión comparten los mismos productos consistentes en: "*preparaciones a base de harinas y cereales, salsas y especias.*"

Análisis conexión competitiva clase 43

Vista la cobertura de los signos enfrentados, logra vislumbrarse que entre éstas existe una conexión estrecha y directa, al tratarse de productos que necesariamente requieren del otro para su correcto funcionamiento o simplemente para mejorar la finalidad de los mismos, debido a que la marca solicitada pretende proteger los servicios identificados con la clase 43 "*Servicios de restauración (alimentación); comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias*".

Si bien pertenece a un numeral diferente que los productos ofrecidos por el signo registrado, entre estos hay una estrecha relación pues en las cafeterías y restaurantes por lo general se encentran productos como pan, galletas, golosinas; productos que hacen parte de la clase 30; además no resulta extraño que el empresario que ofrece servicios de comedor ofrezca dentro de este productos de panadería, golosinas; 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.

Conclusión

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: Declarar infundada la oposición interpuesta por KOBA COLOMBIA S.A.S.

ARTÍCULO SEGUNDO: Declarar fundada la oposición interpuesta por DYVAL S.A.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca Deliz (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza[7], solicitada por GASTROINNOVA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

[7] **30**: Comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.
43: Prestación de servicios propios de un restaurante, comedor, servicios de bebidas y alimentos preparados incluyendo comidas preparadas a base de harinas y cereales, salsas y especias.

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165
Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co
Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Resolución N° **33246**

Ref. Expediente N° SD2017/0082294

ARTÍCULO CUARTO: Notificar a GASTROINNOVA SAS, solicitante del registro y a KOBA COLOMBIA S.A.S. y DYVAL S.A., opositores, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.
Dado en Bogotá D.C., el 16 de mayo de 2018

JUAN MANUEL SERRANO CASTILLO
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000910165

Dirección: Cra. 13 # 27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 Y 10, Bogotá D.C.- Colombia - Teléfono: (571) 5870000 - e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental, al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente