

**TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CUNDINAMARCA
SECCIÓN PRIMERA
SUBSECCIÓN "A"**

Bogotá D.C., veintisiete (27) de julio de dos mil veintitrés (2023).

MAGISTRADA PONENTE: CLAUDIA ELIZABETH LOZZI MORENO

EXPEDIENTE NO.: 25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE: FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS: NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL: DE NULIDAD RELATIVA

PROPIEDAD INDUSTRIAL

ASUNTO: SENTENCIA EN PRIMERA INSTANCIA

La Sala decide, en primera instancia, la demanda presentada por la sociedad **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.**, contra la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-**, con el fin de se declare la nulidad de: **i) la Resolución No. 70863 del seis (6) de noviembre de 2020** “*Por la cual se decide una solicitud de registro.*” y, **ii) la Resolución No. 24780 del veintisiete (27) de abril de 2021** “*Por la cual se resuelve un recurso de apelación*”, expedidos por la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-.

La presente sentencia tiene las siguientes tres partes: (i) Antecedentes, (ii) Consideraciones de la Sala y, (iii) Resuelve; las cuales se desarrollarán a continuación:

I. ANTECEDENTES

1. El escrito de demanda

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

1.1. Pretensiones

La parte demandante formuló las siguientes:

“III. PRETENSIONES

3.1. Que se declare la nulidad de la **Resolución No. 24780 del 27 de abril de 2021**, expedida dentro del expediente No. SD2020/0047921, por parte (sic) la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial que resolvió recurso de apelación presentado y que revocó la decisión contenida en la Resolución No. 70863 del 6 de noviembre de 2020, declaró infundada la oposición presentada por mi representada y que concedió el registro de la marca mixta **“KING BOX”**, para identificar servicios comprendidos en la clase 35 internacional.

3.2. Que, como consecuencia de las declaraciones de nulidad, se ordene a la Superintendencia de Industria y Comercio declarar fundada la oposición presentada por la **FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A** en el expediente No. SD2020/0047921 de la marca **“KING BOX”**.

3.3. Que, como consecuencia de las declaraciones de nulidad, se proceda a negar el registro de la marca mixta **“KING BOX”**, para identificar servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, ordenándole también a la Entidad demandada proceder a la cancelación del título otorgado.

3.4. Que se ordene a (sic) Dirección de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio la publicación de la sentencia que ponga en fin al presente proceso.”

1.2 Hechos

En síntesis, fueron expuestos por la demandante, así:

El veintiséis (26) de junio de 2020, la sociedad Nuva Colombia S.A.S., solicitó ante la Dirección de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio, el registro de la marca mixta **“KING BOX”**, para identificar servicios de la clase 35 internacional de Niza.



EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

A esa solicitud de registro le correspondió el número de expediente SD2020/0047921 y la misma fue publicada en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 896.

Dentro de la oportunidad legal, la sociedad Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., presentó oposición en contra de la solicitud de registro de la marca “*KING BOX*” en la clase 35 internacional, argumentando que la referida solicitud de registro incurriría en las causales de irregistrabilidad a) y h) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, puesto que el signo “*KING BOX*” resulta similarmente confundible con las marcas previamente registradas “*THE KING*” y con las marcas “*EL REY*”, en tanto que las reproduce traducida al idioma inglés.

En la oposición descrita, la Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., hizo especial énfasis en la falta de distintividad del signo “*KING BOX*” por ser similarmente confundible, principalmente desde sus aspectos ortográfico, fonético, visual, ideológico y/o conceptual con múltiples de sus marcas registradas previamente y, particularmente, con la marca notoriamente conocida “*EL REY*” y con las marcas previamente registradas “*THE KING*” en la clase 35.

El cinco (5) de octubre de 2020, la solicitante Nuva Colombia S.A.S., presentó modificación de la solicitud de registro del signo mixto “*THE KING*” especificando los servicios de la clase 35 que pretendía identificar.

Mediante la Resolución No. 70863 del seis (6) de noviembre de 2020, el Director de Signos Distintivos declaró fundada la oposición presentada por la Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., y negó el registro de la marca mixta “*THE KING*” en la clase 35 internacional.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

Posteriormente la solicitante del signo Nuva Colombia S.A.S., presentó recurso de apelación contra la decisión que negaba el registro del signo mixto “KING BOX”, contenida en la Resolución No. 70863 del seis (6) de noviembre de 2020.

El recurso de apelación fue resuelto por la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, quien mediante Resolución No. 24780 del veintisiete (27) de abril de 2021, revocó la Resolución No. 70863 del seis (6) de noviembre de 2020, expedida por el Director de Signos Distintivos y concedió el registro de la marca mixta “KING BOX” en la clase 35 internacional.

1.3 Normas violadas y concepto de la violación

Las normas violadas y el concepto de la violación se sustentaron en los siguientes términos:

Adujo que los actos administrativos fueron expedidos con violación a los literales a) y h) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

El concepto de la violación se encuentra contenido en los cargos de nulidad que se señalarán en la parte considerativa de esta decisión.

2. CONTESTACIÓN DE LA DEMANDA

La parte demandada se pronunció respecto de los supuestos fácticos de la demanda, así:

- (i) **Son ciertos los hechos:** 1, 2, 3, 5, 6, 7 y 8.
- (ii) **No son un hecho:** 4.

3. ACTUACIÓN PROCESAL

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

La demanda fue inicialmente radicada en la Oficina de reparto del H. Consejo de Estado donde le correspondió el conocimiento al Despacho de la Doctora Nubia Margoth Peña Garzón, quien mediante providencia del cuatro (4) de marzo de 2022, ordenó remitir por competencia el expediente al Tribunal Administrativo de Cundinamarca de conformidad con las competencias asignadas en el numeral 16 del artículo 152 de la Ley 1437 de 2011 CPACA (Modificado por el artículo 28 de la Ley 2080 de 2021).

Previo reparto, mediante auto del nueve (9) de mayo de 2022 (Ver expediente digital) se admitió la demanda, se ordenó la notificación personal a la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-, a la sociedad Nuva Colombia S.A.S., a la Agente del Ministerio Público y a la Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado.

Igualmente, se les corrió traslado para que se pronunciaran sobre los hechos y pretensiones de la demanda.

3.1. Del auto de sentencia anticipada - Artículo 182 A de la Ley 1437 de 2011 CPACA (Adicionado por el artículo 42 de la Ley 2080 de 2021).

De conformidad con lo señalado en el artículo 182 A de la Ley 1437 de 2011 CPACA (Adicionado por el artículo 42 de la Ley 2080 de 2021), el Despacho de la Magistrada Ponente mediante auto del cinco (5) de junio de 2023 (Ver anexo 20 del expediente digital), resolvió sobre las solicitudes probatorias, fijó el litigio y corrió traslado para alegar de conclusión en aplicación a los artículos 181, 182 A y 283 de la Ley 1437 de 2011 CPACA (Adicionada por la Ley 2080 de 2021).

3.2 Alegatos de conclusión

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

3.2.1 Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A.: La parte demandante en el presente medio de control de nulidad relativa (Propiedad industrial) presentó alegatos de conclusión en primera instancia mediante escrito radicado vía correo electrónico el día veintiocho (28) de junio de 2023, reiterando los argumentos señalados en la demanda (Ver anexo 22 *Ibídem.*)

3.2.2 Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-: La apoderada judicial de la entidad demandada, no presentó alegatos de conclusión en primera instancia.

3.2.3. Nuva Colombia S.A.S.: La sociedad Nuva Colombia S.A.S., tercero con interés en las resultas del proceso no presentó alegatos de conclusión en primera instancia.

3.2.4. Concepto del Agente del Ministerio Público:

La Procuradora Delegada ante esta Corporación rindió concepto en el presente asunto, solicitando denegar a las pretensiones de la demanda, con base en los siguientes argumentos:

Manifestó que, de acuerdo con el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina, para que el registro de una marca sea concedido se requiere que no esté incurso en los siguientes supuestos de hecho, los cuales darían lugar a su negación: (i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero, de modo que no sea posible su diferenciación y, (ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada, al tratarse de los mismos productos o servicios o que el uso de la marca pueda causar riesgo de confusión o asociación.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

Ahora bien, esta norma establece que la semejanza entre los signos sea para generar un riesgo de confusión o asociación en los consumidores, por similitudes ortográficas, fonéticas, conceptual o ideológica y gráfica o figurativa. Sin embargo, cuando no se cumpla con alguno de los supuestos ya mencionados la marca podrá ser registrada.

Por su parte, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha considerado que el riesgo de confusión “(...) se refiere a la falta de claridad para poder elegir un bien de otro, a la que puedan ser inducidos los consumidores por no existir en el signo la capacidad para ser distintivo (...)”.

Así mismo, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el proceso 391-IP-2022, con relación a las formas de similitud entre dos signos, especificó que pueden ser: (i) Ortográfica, (ii) Fonética, (iii) Conceptual o ideológica y, (iv) Gráfica.

Adicionalmente, la conexión entre los productos y/o servicios de la Clasificación Internacional de Niza no se determina porque la inclusión de productos o servicios se da en una misma clase, este elemento no es concluyente para establecer si existe similitud entre los productos objeto de análisis, como lo ha advertido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina y como se establece en el artículo 151 de la Decisión 486 del 2000.

Manifiesta que en el caso en concreto se evidencia que, la controversia radica en una supuesta confusión entre dos marcas mixtas, EL REY y KING BOX, por lo que, es importante definir cuál elemento, ya sea el denominativo o el gráfico, es el que genera mayor impacto en el conjunto de cada marca.

Señala que observando cada marca en su conjunto, en cada uno prevalece el elemento denominativo, siendo este las expresiones KING BOX y EL REY, comoquiera que estas tienen mayor influencia, impacto y recordación en la

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

mente del consumidor al determinar la impresión general que los signos van a suscitar en los consumidores, y al ser este elemento el que los consumidores utilicen en el mercado para solicitar el producto.

En consecuencia, para efectuar la comparación de las marcas se debe tener en cuenta las reglas definidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina que resultan aplicables al cotejo de signos mixtos en los que predomina el elemento nominativo.

Procedió la señora Agente del Ministerio Público a realizar la comparación ortográfica indicando que, La marca opositora se compone de dos (2) palabras, dos (2) sílabas y cinco (5) palabras; mientras que la marca cuestionada se compone de dos (2) palabras, dos (2) sílabas y siete (7) palabras.

Por lo anterior evidenció que, la longitud de las palabras, la secuencia de vocales y el número de palabras son distintas para cada una de las marcas, y no tienen raíces o terminaciones en común, de manera que cada una de las marcas genera una impresión ortográfica totalmente distinta ante el consumidor.

En cuanto a la comparación fonética señaló que, teniendo en cuenta que ortográficamente las expresiones comparadas son totalmente distintas, esto se refleja también en la comparación fonética, de manera que al pronunciar cada una de las marcas enfrentadas en voz alta y en forma sucesiva, no se genera una impresión de semejanza entre ellas. Adicionalmente, se debe mencionar que la marca KING BOX se encuentra escrita en inglés por lo que su pronunciación es distinta.

Y respecto a la comparación conceptual o ideológica sostuvo que, la marca KING BOX la relacionan con la prestación de servicios de administración

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

comercial de regalos masculinos ofrecidos mediante cajas de cartón; Por otro lado, EL REY hace parte de una empresa de alimentos que cuenta con un amplio portafolio de productos alimenticios, tales como, salsas, condimentos en pasta, sazónadores, caldos, mezclas listas, chocolates, dulces, entre otros.

Colige igualmente que la palabra KING no cuenta con exclusividad y no puede ser utilizada como precepto para la negación del registro de una marca, puesto que, como lo mencionó la Superintendencia de Industria y Comercio existen otras marcas registradas como THE KING, COLCHONES KING LINE y CANDY KING EXPRESS que comparten la palabra KING, por lo que, no se encuentra sentido negar el registro solicitado por esta palabra.

A su vez, se observa que la marca KING BOX cuenta con una palabra BOX que permite diferenciarla de las demás marcas, lo cual hace más difícil que los consumidores se confundan y también la marca cuenta con gráficos adicionales que producen impresiones distintas a los consumidores como su tipografía especial de letra y la imagen de una caja con las solapas de la tapa abierta y tres puntos en la parte superior.

En conclusión, una vez realizada la comparación de las marcas de manera conjunta y sucesiva, teniendo en cuenta las semejanzas y no las diferencias, y observando las marcas en su conjunto, se encuentra que las expresiones KING BOX y EL REY no tienen una identidad o similitud ortográfica, fonética ni conceptual del que se pueda derivar un riesgo de confusión o asociación para el consumidor, por lo que, no se cumple con lo establecido en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina.

Ahora, respecto a la infracción del literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina, señaló que, no obstante que, en la demanda no está claramente definido el supuesto o supuestos en que incurre

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

la marca KING BOX que la hacen irregistrable como tal, de acuerdo con el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina, se aprecia que la inconformidad radica, primero, en el riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios o, segundo, la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario.

Sobre el primero, basta con decir que el análisis del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina, previo, permitió establecer que entre las marcas EL REY y KING BOX no existe riesgo de confusión o asociación para el consumidor. Y sobre el segundo, no fue explicada y menos demostrada, aún si se entiende, que es suficiente el riesgo, que el uso de la marca KING BOX sea susceptible de causar la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario de la marca EL REY.

II. CONSIDERACIONES

1. COMPETENCIA

En atención a que en este caso se ejerce el medio de control de nulidad relativa (Propiedad industrial), frente a actos administrativos proferidos por la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-, de conformidad con lo establecido en el artículo 172 de la Decisión 486 de 2000 y, el numeral 16 del artículo 152 de la Ley 1437 de 2011 CPACA (Modificado por el artículo 28 de la Ley 2080 de 2021), este Tribunal es competente para conocer y decidir, en primera instancia, el proceso de la referencia.

2. PROBLEMA JURÍDICO

Corresponde a la Sala determinar, con fundamento en la demanda y la respectiva contestación, si hay lugar a declarar o no la nulidad de los actos administrativos acusados expedidos por la parte demandada, para lo cual se

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

desarrollarán y analizarán los temas necesarios para resolver los cargos de nulidad propuestos.

3. DE LOS ACTOS OBJETO DE REVISIÓN DE LEGALIDAD

Debe la Sala pronunciarse sobre la legalidad de los siguientes actos administrativos demandados:

(i) La Resolución No. 70863 del seis (6) de noviembre de 2020 *“Por la cual se decide una solicitud de registro.”* y,

(ii) La Resolución No. 24780 del veintisiete (27) de abril de 2021 *“Por la cual se resuelve un recurso apelación.”*

4. MARCO NORMATIVO Y JURISPRUDENCIAL QUE FUNDAMENTA LA DECISIÓN.

4.1. Creación de la Comunidad Andina de Naciones –CAN-¹, del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA- y su interpretación prejudicial.

La Comunidad Andina de Naciones –CAN- es un mecanismo de integración subregional creado mediante el Acuerdo de Cartagena del veintiséis (26) de mayo de 1969, con el propósito de mejorar el nivel de vida y desarrollo equilibrado de los habitantes de los países miembros mediante la integración y la cooperación económica y social.

En la Sección “E” del Acuerdo de Cartagena suscrito inicialmente por los Gobiernos de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, se determinó

¹[https://www.cancilleria.gov.co/international/regional/can#:~:text=La%20Comunidad%20Andina%20\(CAN\)%20es,la%20cooperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20y%20social.](https://www.cancilleria.gov.co/international/regional/can#:~:text=La%20Comunidad%20Andina%20(CAN)%20es,la%20cooperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20y%20social.)

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

respecto a la creación del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, lo siguiente:

“Artículo 40.- El Tribunal de Justicia es el órgano jurisdiccional de la Comunidad Andina.

Artículo 41.- El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se rige por el Tratado de su creación, sus protocolos modificatorios y el presente Acuerdo. El Tribunal tiene su sede en la ciudad de Quito, Ecuador.”

Mediante el Tratado modificatorio del Tribunal Andino de Justicia suscrito el día veintiocho (28) de mayo de 1996 (Decisión 472 de 2000), se creó el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina como órgano jurisdiccional de la misma, con la organización y las competencias que se establecen en dicho Tratado y sus Protocolos modificatorios.

A su vez, la sección tercera artículos 32, 33, 34, 35 y 36 del Tratado modificatorio antes indicado, señala que, le corresponderá al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina –TJCA-, interpretar por vía prejudicial las normas que conforman el ordenamiento jurídico de la Comunidad Andina, con el fin de asegurar la aplicación uniforme de las normas Andinas en el territorio de los países miembros.

En este sentido, los Jueces Nacionales que conozcan de un proceso en el que deba aplicarse o se controvierta alguna de las normas que conforman el ordenamiento jurídico de la Comunidad Andina, podrá (facultativo) solicitar directamente la interpretación prejudicial siempre y cuando procedan recursos en derecho interno en contra de la sentencia. No obstante lo anterior, si no procede recurso alguno contra la sentencia que pone fin al proceso, el Juez Nacional suspenderá el procedimiento y deberá (obligatorio) solicitar directamente de oficio o a petición de parte la interpretación al Tribunal.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

Lo anterior en concordancia con lo señalado en el artículo 122 de la Decisión 500 del veintidós (22) de junio de 2001 “Estatuto del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina”, y el literal c) del artículo del Acuerdo 08 del veinticuatro (24) de noviembre de 2017, por medio del cual se expide el reglamento que regula aspectos vinculados con la solicitud y emisión de interpretaciones prejudiciales.

4.2. El criterio jurídico interpretativo del acto aclarado es aplicable al mecanismo procesal de la interpretación prejudicial del ordenamiento jurídico comunitario andino.

Al respecto, se considera necesario traer a colación lo sostenido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA-, en las interpretaciones prejudiciales emitidas dentro de los procesos 145-IP-2022, 261-IP-2022, 350-IP-2022 y 391-0IP-2022 del trece (13) de marzo de 2023, donde se reconoció que el criterio jurídico interpretativo denominado en el ámbito Europeo como “La doctrina interpretativa del acto aclarado”, es plenamente compatible con lo establecido en el segundo párrafo del artículo 33 del Tratado de Creación del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina y en el artículo 123 de su Estatuto.

Por lo anterior, valga traer a colación lo esbozado en la interpretación prejudicial emitida el diecisiete (17) de mayo de 2023, dentro del proceso 153-IP-2022, en el cual se estableció, lo siguiente:

“PRIMERO: *Declarar que carece de objeto emitir la interpretación prejudicial en los términos solicitados en el presente proceso, toda vez que las normas andinas que fueron objeto de la consulta prejudicial obligatoria formulada por la Sección Primera de la Sala Contencioso Administrativa del Consejo de Estado de la República de Colombia, dentro del proceso interno 11001032400020190012600, constituyen un acto aclarado en los términos expuesto en la presente providencia judicial.”*

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

De la cita jurisprudencia andina antes citada la Sala observa que, dentro del expediente 153-IP-2022 se entendió que la consulta relacionada con el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, constituye un acto aclarado en los términos de las sentencias de interpretación prejudicial emitidas en los procesos 344-IP-2022 del once (11) de abril de 2023; 145-IP-2022, 261-IP-2022, 350-IP-2022 y 391-IP-2022 de fecha trece (13) de marzo de 2023, por lo que no fue motivo de pronunciamientos adicionales.

En este orden de ideas, cuando el Juez nacional competente encuentre que la norma de la cual requiere interpretación prejudicial por parte del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA-, ya se encuentra interpretada y publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena, no se hace necesario solicitar la interpretación prejudicial en virtud de la teoría del acto aclarado.

4.3. De las acciones y medios de control establecidos en la Decisión 486 del catorce (14) de septiembre de 2000 y el ordenamiento jurídico Colombiano.

El artículo 172 de la Decisión 486 de 2000, determinó las acciones procedentes para la solicitud de nulidad del registro, así:

“Artículo 172.- La autoridad nacional competente decretará de oficio o a solicitud de cualquier persona y en cualquier momento, la nulidad absoluta de un registro de marca cuando se hubiese concedido en contravención con lo dispuesto en los artículos 134 primer párrafo y 135.

La autoridad nacional competente decretará de oficio o a solicitud de cualquier persona, la nulidad relativa de un registro de marca cuando se hubiese concedido en contravención de lo dispuesto en el artículo 136 o cuando éste se hubiera efectuado de mala fe. Esta acción prescribirá a los cinco años contados desde la fecha de concesión del registro impugnado.

Las acciones precedentes no afectarán las que pudieran

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

corresponder por daños y perjuicios conforme a la legislación interna.

No podrá declararse la nulidad del registro de una marca por causales que hubiesen dejado de ser aplicables al tiempo de resolverse la nulidad.

Cuando una causal de nulidad sólo se aplicara a uno o a algunos de los productos o servicios para los cuales la marca fue registrada, se declarará la nulidad únicamente para esos productos o servicios, y se eliminarán del registro de la marca.” (Subrayado fuera del texto original)

De conformidad con la norma antes transcrita se tiene que, en el ordenamiento jurídico Andino se establecieron dos acciones de nulidad tendientes a obtener la declaratoria de nulidad de un registro por parte de la Autoridad Nacional competente (para el caso Colombiano la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-), a saber: **(i)** La acción de nulidad absoluta, cuando el registro se hubiese concedido en contravía con lo dispuesto en los artículos 134 primer párrafo y 135 y, **(ii)** La acción de nulidad relativa, cuando el registro marcario se concedió en contravención a lo dispuesto en el artículo 136 o cuando se hubiera efectuado de mala fe.

Esto es, que las acciones de nulidad absoluta y relativa proceden contra el acto administrativo proferido por la Autoridad Nacional competente que concedió el registro marcario solicitado.

No obstante lo anterior, en el ordenamiento jurídico Colombiano cuando se pretende la declaratoria de nulidad de un acto administrativo proferido por la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-, mediante el cual se negó el registro marcario solicitado, lo procedente es acudir al medio de control de nulidad y restablecimiento del derecho establecido en el artículo 138 de la Ley 1437 de 2011 CPACA.

La anterior diferenciación guarda mayor importancia si se tiene en cuenta que, tanto para las acciones de nulidad absoluta y relativa, como para el

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

medio de control de nulidad y restablecimiento del derecho, tanto el ordenamiento jurídico de la Comunidad Andina -para la primera- y las normas de derecho interno Colombiano –para la segunda-, establecieron términos de caducidad distintos para impetrar los mismos, así:

- (i) **Nulidad absoluta:** No tiene término de caducidad de conformidad con el inciso primero del artículo 172 de la Decisión 486 de 2000.
- (ii) **Nulidad relativa:** Tiene un término de caducidad de cinco (5) años, contados a partir de la concesión de registro demandado, lo anterior, en atención a lo señalado en el inciso según del artículo 172 *Ibídem*, y,
- (iii) **Nulidad y Restablecimiento del Derecho:** Tiene un término de caducidad de cuatro (4) meses, de conformidad con lo establecido en el literal d) numeral 2º del artículo 164 de la Ley 1437 de 2011 CPACA.

Por lo expuesto, para determinar qué término de caducidad es aplicable a cada caso en particular, se debe establecer de manera clara: **(i)** Lo que se pretende, es decir, si la nulidad recae sobre un acto administrativo proferido por la Autoridad Nacional competente que negó o concedió el registro marcario y, **(ii)** En caso de recaer en un acto administrativo que haya reconocido un registro marcario, se debe tener en cuenta las causales de irregistrabilidad manifestadas en la demanda, es decir, si se considera que se profirieron en contravía de los artículos 134 primer párrafo y 135 o, del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

4.4. De la conciliación prejudicial como requisito de procedibilidad.

Al respecto, se considera importante traer a colación lo sostenido por el H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dra. Nubia Margoth Peña

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

Garzón², en la que recientemente al respecto indicó:

“(…)”

Sin embargo, en tratándose de los requisitos de la demanda, el numeral 1 del artículo 162 del CPACA, modificado por el artículo 31 de la Ley 2080, establece que cuando los asuntos sean conciliables, el trámite de la conciliación extrajudicial constituirá requisito de procedibilidad de toda demanda en que se formulen pretensiones relativas a nulidad con restablecimiento del derecho. La norma en cita dispone:

“(…)”

Para resolver la controversia, es conveniente recordar que en materia marcaria existen tres clases de medios de control: a) la de nulidad absoluta, prevista en el inciso primero del artículo 172 de la Decisión 486 de 2000, equiparable con el medio de control de nulidad establecido en el artículo 137 del CPACA; b) la de nulidad relativa, que tiene un término de caducidad de 5 años, consagrada en el inciso segundo del mismo artículo 172 de la Decisión 486 de 2000, y c) el medio de control de nulidad y restablecimiento del derecho, regulado en el artículo 138 del CPACA, que procede contra los actos administrativos que deniegan la concesión de un registro marcario o que cancelan un registro por no uso o que deniegan la cancelación de un registro por no uso.

En ese entendido, es pertinente señalar que, según lo dispuesto en el artículo 172 de la Decisión 486 de 2000, el medio de control de nulidad absoluta o medio de control de nulidad, en la legislación interna, procede, en cualquier tiempo, cuando lo que se va a demandar es el registro de una marca concedido en contravención de lo dispuesto en los artículos 134, primer párrafo y 135, ibidem.

Por su parte, el medio de control de nulidad relativa, que tiene un término de prescripción de 5 años, es procedente cuando el registro marcario fue concedido de mala fe o en contravención de lo dispuesto en el artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

Es decir, que tanto los medios de control de nulidad relativa como de nulidad absoluta, fueron legalmente establecidos para demandar actos administrativos que conceden registros marcarios, conforme se desprende de lo expresamente establecido en el artículo 172 de la Decisión 486 de 2000. No obstante, cuando lo que se demanda es el acto administrativo que niega o cancela total o parcialmente un

² H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dra. Nubia Margoth Peña Garzón, Demandante: Apple INC, Demandado: Superintendencia de Industria y Comercio, Radicado No. 25000-23-41-000-2022-00072-01, Auto de fecha dieciséis (16) de marzo de 2023.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

registro marcario, los medios de control procedentes ya no serán los referidos, sino el de nulidad y restablecimiento del derecho, debido a la afectación directa que genera este tipo de decisiones frente a los intereses particulares del solicitante o del propietario a quien se le cancela la marca.

Cuando se anula un acto administrativo que deniega un registro marcario, la consecuencia directa del pronunciamiento judicial no puede ser otra que la orden de concesión del registro denegado, lo cual constituye un claro restablecimiento automático del derecho del solicitante.

Asimismo, sucede en los casos de cancelación total o parcial de una marca por no uso, tanto para el propietario de la marca que demanda el acto administrativo por medio del cual se le canceló su registro, como para el tercero que demanda el acto que negó la cancelación solicitada, pues en estos casos se involucra directamente un interés particular y se busca además de la declaratoria de nulidad un restablecimiento del derecho.

“(...)”

Ahora, en lo que tiene que ver con el agotamiento del requisito de procedibilidad de la conciliación en asuntos contenciosos administrativos, el desarrollo histórico normativo ha sido consistente en establecer que los conflictos de carácter particular y de contenido económico son susceptibles de dicho mecanismo alternativo de solución de conflictos.

En efecto, los artículos 70 de la Ley 446 de 7 de julio de 1998, - que modificó el artículo 59 de la Ley 23 de 21 de marzo de 1991-, y 2° del Decreto 1716 de 14 de mayo de 2009, establecían lo siguiente:

“(...)”

Posteriormente, el inciso segundo del numeral 1 del artículo 161 del CPACA fue modificado por el artículo 34 de la Ley 2080, en el sentido de señalar que el requisito de procedibilidad será facultativo en los asuntos allí previstos, no obstante, podrá adelantarse en otros siempre que no esté prohibido. La norma en cita dispone:

“(...)”

Teniendo en cuenta lo expuesto en líneas anteriores, la Sala advierte que la conciliación extrajudicial, para la fecha en que se instauró la presente demanda, era requisito de procedibilidad en los medios de control de nulidad y restablecimiento del derecho, de reparación directa y de controversias contractuales, siempre que los asuntos fuesen susceptibles de dicho mecanismo alternativo de solución de conflictos, esto es, que se tratase de controversias de carácter

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

particular y de contenido económico, como expresamente lo establece el artículo 2° del Decreto núm. 1716, transcrito en precedencia.

Sobre este particular, la Sección en la sentencia de 15 de noviembre de 2012, precisó que no todos los actos de contenido particular son susceptibles de ser conciliados habida cuenta que no tienen contenido económico, razón por la cual no se debe acreditar el referido requisito, providencia de la que se destaca:

“(…)”

Ahora, en tratándose del medio de control de nulidad y restablecimiento del derecho instaurado en asuntos marcarios, la Sección Primera del Consejo de Estado de manera pacífica y reiterada ha sostenido que la conciliación prejudicial no constituye requisito de procedibilidad, habida cuenta que este tipo de demandas adolecen de pretensiones económicas susceptibles de ser conciliadas, pues lo que se debate en esta jurisdicción es la legalidad del acto a la luz de las normas comunitarias que se consideren transgredidas, mas no las eventuales, inciertas, indirectas y futuras consecuencias económicas que pueda tener en el mercado la nulidad de dicha decisión administrativa que denegó un registro u ordenó o denegó su cancelación.

En efecto, si bien se puede afirmar que el derecho marcario en su naturaleza genérica enmarca e involucra intereses o finalidades económicas de quienes actúan como agentes del mercado a través de la legítima pretensión de usar un registro y/o beneficiarse del mismo, ello no implica que las demandas que conoce la Jurisdicción sobre esta materia contengan aspectos o pretensiones económicas objeto de conciliación, pues el Juez contencioso-administrativo se limita a estudiar la legalidad del acto conforme al ordenamiento jurídico comunitario y a determinar la procedencia de un restablecimiento del derecho relacionado con la posibilidad de registrar la marca solicitada, lograr su cancelación y la obtención del derecho prioritario consecuencial o la denegación de ésta y que se mantenga incólume el correspondiente registro.

Para la Sala, en estos casos, la entidad demandada, esto es, la Superintendencia de Industria y Comercio, no puede conciliar la legalidad del acto ni el eventual restablecimiento del derecho, pues, como ya se indicó, éste último adolece de contenido económico susceptible de este tipo de acuerdos directos entre las partes, amén de que también existen intereses de terceros que no pueden ser desconocidos ante una posible conciliación.

“(…)”

Aunado a lo anterior, es pertinente advertir que este tipo de demandas

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

en las que se pretende la nulidad de actos administrativos de naturaleza marcaria revisten un carácter sui generis, pues su estudio, trámite y resolución se fundamenta en normas comunitarias que no establecen la posibilidad de que la autoridad nacional concilie la legalidad de su decisión o las consecuencias de la misma, por lo que su tratamiento debe ser especial y diferenciado respecto de los demás asuntos contencioso administrativos.

Por ello, resaltaría inocuo exigir el requisito de procedibilidad de la conciliación prejudicial en un asunto que no puede ser objeto de un arreglo directo entre las partes, pues debe mediar el estudio y el análisis de normas comunitarias, lo cual es competencia única y exclusiva del juez contencioso al momento de fallar el proceso teniendo en cuenta la Interpretación Prejudicial rendida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, de acuerdo con la exigencia prevista en el artículo 33 de la Decisión 472 de la Comunidad Andina, aplicable en estos casos.

“(…)”

De conformidad con la reciente jurisprudencia antes citada se tiene que, no es necesario requerir el requisito de procedibilidad de la conciliación prejudicial en las demandas de propiedad industrial, comoquiera que a la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC- le está prohibido conciliar la legalidad del acto y su eventual restablecimiento, pues primero, se debe realizar un estudio y análisis de normas comunitarias y, segundo, el restablecimiento adolece de contenido económico.

Por los anteriores argumentos, se dará aplicación al precedente judicial reiterado del H. Consejo de Estado – Sección Primera, en cuanto a que en procesos de propiedad industrial no es necesario requerir el cumplimiento del requisito de procedibilidad de la conciliación prejudicial.

5. PRUEBAS QUE REPOSAN EN EL EXPEDIENTE

5.1. La parte demandante con el escrito de demanda, allegó las siguientes pruebas:

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

"1. Respetuosamente solicito a los Honorables Consejeros que tengan como prueba en este asunto todos y cada uno de los documentos que obran dentro del procedimiento administrativo adelantado ante la Superintendencia de Industria y Comercio bajo el expediente No. SD2020/0047921, por lo cual ruego se oficie a dicha entidad para que me aporte tales antecedentes al presente proceso, en cuanto ello corresponda, a costa de mi representada.

2. Pruebas de notoriedad de la marca EL REY.

2.1. Copia simple de la Resolución No. 36020 del 11/06/2021, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca EL REY para el periodo comprendido entre noviembre de 2019 hasta febrero de 2021, la cual se presume auténtica.

2.2. Copia simple de la Resolución No. 45198 del 05/08/2020, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca EL REY para el periodo comprendido entre agosto de 2018 a noviembre de 2019, la cual se presume auténtica.

2.3. Copia simple de la Resolución No. 143 del 03/01/2020, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca EL REY para el periodo comprendido entre septiembre de 2017 hasta agosto de 2018, la cual se presume auténtica.

2.4. Copia simple la Resolución No. 24078 del 10/04/201837, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca "EL REY" para el periodo comprendido entre diciembre de 2015 hasta septiembre de 2017, la cual se presume auténtica.

2.5. Copia simple la Resolución No. 38089 del 18/06/201435, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca "EL REY" para el periodo comprendido entre marzo de 2012 hasta octubre de 2013, la cual se presume auténtica.

2.6. Copia simple la Resolución No. 00784 del 15/01/201434, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca "EL REY" para el periodo comprendido entre marzo de 2012 hasta marzo de 2013, la cual se presume auténtica.

2.7. Copia simple la Resolución No. 67420 del 31/10/201233, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca "EL REY" para el periodo comprendido entre junio de 2010 hasta mayo de 2012, la cual se presume auténtica.

2.8. Copia simple la Resolución No. 16636 del 23/03/201232, mediante la cual se amplía la notoriedad de la marca "EL REY" para el periodo comprendido entre noviembre de 2005 hasta junio de 2010, la cual se presume auténtica.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

Pruebas documentales de notoriedad de la marca “EL REY”:

3.1 Pauta publicitaria de la marca EL REY en los programas de El Show de Las Estrellas de Jorge Barón Televisión en el año 2017.

3.2 Piezas de cuña radial de la marca EL REY año 2017.

3.3 Reportes digitales de social media (Facebook, Instagram, Twitter) con indicación de alcance, frecuencia, target, reacciones respecto de la marca EL REY con referencia de piezas de publicidad de hasta noviembre del año 2017, evidenciando el continuo incremento de los seguidores (fans) y las personas que interactúan con la marca y su lema comercial.

3.4 Videos tipo tasty del año 2017 que incluyen la marca EL REY, publicados en medios digitales cuyo alcance y número de reproducciones puede consultarse en los reportes digitales de social media del año 2017.

3.5 Piezas publicitarias, emitidas en el canal internacional CARACOL INTERNACIONAL durante los años 2.015, 2016 y 2017, algunos de ellos se encuentran al aire según definición de cuadro adjunto (TRAFIC ORDER septiembre).

3.6 Pauta publicitaria de la marca EL REY en los programas de El Show de Las Estrellas de Jorge Barón Televisión 2.015 y 2.016 y actualmente con Canal RCN;

3.7 Reportes digitales de Social media (Facebook, Instagram, Twitter) con indicación de alcance, frecuencia, target, reacciones respecto de la marca EL REY con referencia de piezas de publicidad años finales 2.015, 2016 y corrido de 2.017, evidenciando el continuo incremento de los seguidores (fans) y las personas que interactúan con la marca. Para citar un ejemplo en el mes de junio de 2.017 fueron 6.161.902 personas.

3.8 Apartes del evento de activación de marca festival de la CH realizado en Bogotá el 26 de agosto de 2.017, por la Emisora Candela Estéreo asistieron cerca de 10.000 personas.

3.9 Certificado expedido por OUTSOURCING AQ (revisor fiscal de Fábrica de Especias y Productos El Rey S.A.), suscrito el 19.05.2020, donde se certifican VENTAS TOTALES de productos marca EL REY y su lema comercial PREPÁRALO CON EL REY Y MUCHO AMOR, durante los años 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y marzo de 2020, suscrito por el Señor Mario Orlando Rojas Castillo.

3.10 Certificación suscrita por el revisor Fiscal de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., Mario Orlando Rojas Castillo, por medio de la cual se indica que la inversión en pautas

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

publicitarias de la marca notoria EL REY y su lema comercial PREPÁRALO CON EL REY Y MUCHO AMOR, durante los años 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y marzo de 2020, suscrito por el Señor Mario Orlando Rojas Castillo.

3.11 Certificado expedido por OUTSOURCING AQ (revisor fiscal de Fábrica de Especias y Productos El Rey S.A.), suscrito el 26.07.2018, donde se certifican VENTAS TOTALES de productos marca EL REY y su lema comercial PREPÁRALO CON EL REY Y MUCHO AMOR, durante los años 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 y junio de 2018, suscrito por Mario Orlando Rojas Castillo.

3.12 Certificación suscrita por el revisor Fiscal de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., Mario Orlando Rojas Castillo, por medio de la cual se indica que la inversión en promoción de la marca notoria EL REY y su lema comercial PREPÁRALO CON EL REY Y MUCHO AMOR, durante los años 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 y junio de 2018, suscrito por Mario Orlando Rojas Castillo.

3.13 Certificado de existencia y representación legal de la sociedad OUTSOURCING ACCOUNTING AND QUALITY LTDA., a la cual presta sus servicios el señor Mario Orlando Rojas Castillo.

3.14 Certificado expedido por la sociedad VIEWS Colombia S.A.S., suscrito el 18.07.2018, mediante el cual se indica que la sociedad FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. realizó un proyecto cuantitativo de marcas, sobre recordación de marcas de condimentos en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Pereira durante los años 2016 y 2018, en el cual se evidencia que la marca EL REY es la primera (1ª) en mención espontánea "TOP OF MIND".

3.15 Certificado de existencia y representación legal de la sociedad VIEWS Colombia S.A.S.

3.16 Anexo 1 del informe NIELSEN, suscrito el 21.08.2018, de autoría de fecha agosto 2015 a julio de 2018 de AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA., en el cual se evidencia la penetración de la marca EL REY en Colombia, siendo la marca líder de la categoría de condimentos y sobre el cual se deberán tener en cuenta las previsiones señaladas en el pie de página.

3.17 Certificado de existencia y representación legal de la compañía AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA.

3.18 Copia de la certificación emitida por la firma MULLEN LOWE SSP3 S.A., de fecha 18.07.2018, sobre la inversión publicitaria contratada por FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. desde el mes de junio del año 2016 a junio de 2018.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

3.19 Certificado de existencia y representación legal de MULLEN LOWE SSP3 S.A.

3.20 CD contentivo de: (i) Piezas publicitarias, emitidas en el canal internacional CARACOL INTERNACIONAL durante los años 2.015, 2016 y 2017, algunos de ellos se encuentran al aire según definición de cuadro adjunto (TRAFIC ORDER septiembre); (ii) Pauta publicitaria de la marca EL REY en los programas de El Show de Las Estrellas de Jorge Barón Televisión 2.015 y 2.016 y actualmente con Canal RCN; (iii) Reportes digitales de Social media (Facebook, Instagram, Twitter) con indicación de alcance, frecuencia, target, reacciones respecto de la marca EL REY con referencia de piezas de publicidad años finales 2.015, 2016 y corrido de 2.017, evidenciando el continuo incremento de los seguidores (fans) y las personas que interactúan con la marca. Para citar un ejemplo en el mes de junio de 2.017 fueron 6.161.902 personas; y (iv) Apartes del evento de activación de marca festival de la CH realizado en Bogotá el 26 de agosto de 2.017, por la Emisora Candela Estéreo asistieron cerca de 10.000 personas.

3.21 Copia a color correspondiente a reporte social medios: diciembre 2015, abril 2016 y mayo 2017.

3.22 Copia de certificación expedida por JORGE BARÓN TELEVISIÓN respecto de la inversión publicitaria hecha por la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. durante el año 2018 y la presencia publicitaria de la marca "EL REY" en el programa EL SHOW DE LAS ESTRELLAS.

3.23 Copia de certificación expedida por JORGE BARÓN TELEVISIÓN respecto de la inversión publicitaria hecha por la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. durante los años 2010 y junio de 2018 y la presencia publicitaria de la marca "EL REY" en los programas SHOW DE LAS ESTRELLAS y LA GRAN FIESTA DE LOS HOGARES COLOMBIANOS.

3.24 Certificado de existencia y representación de JORGE BARÓN TELEVISIÓN.

3.25 Copia de la carta expedida por CARACOL TELEVISIÓN S.A., suscrita el 15.08.2018, mediante la cual certifica que la señal de Caracol internacional se encuentra disponible en Argentina, Aruba, Bolivia, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Curazao, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Sta Marteen, Trinidad y Tobago y Uruguay.

3.26 Certificado de existencia y representación legal de CARACOL TELEVISIÓN S.A. y CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

3.27 *El Tiempo*, como parte de la campaña y colección ‘Latas con historia’, que sirven para almacenar alimentos y decorar la cocina. escogió a la marca EL REY como una de las únicas 12 marcas para hacer parte de esta colección. Como se evidencia en <http://m.eltiempo.com/cultura/gente/latas-de-coleccion-de-el-tiempo-44909>, en la noticia de fecha 7 de octubre de 2.016 “Tomamos las marcas y productos nacionales y extranjeros más queridos para los colombianos, con los que crecimos, con los que ahora alimentamos a nuestros hijos, y con un toque vintage diseñamos esta colección”, comenta Elda Díaz, gerente de productos especiales de EL TIEMPO. (Subraya fuera de texto).

3.28 Copia a color de la revista Comercio más industria, Edición diciembre de 2.015 en la que aparece publicidad de la marca EL REY con ocasión de la celebración de sus 75 años de presencia en el mercado. agradeciendo a consumidores y clientes por su acompañamiento, apoyo y confianza durante 75 años.

3.29 Copia a color de la revista Súper Catálogo Punto de venta _Tienda a Tienda, Legis, publicada fin de 2.015 para vigencia 2.016 en la que aparece publicidad de la marca EL REY y breve descripción empresa Colombiana con 75 años de presencia en el mercado, con un amplio portafolio para negocio y hogar, salsas, caldos, condimentos, deshidratados.

3.30 Copia a color de la Revista Calidad y Responsabilidad Sanitaria de mayo de 2016, en la que aparece publicidad de la marca EL REY agradeciendo a consumidores y clientes por su acompañamiento, apoyo y confianza durante 75 años.

3.31 Copia a color de la revista Visión Empresarial, 2.016 en la que aparece publicidad de la marca EL REY sección agradecimientos y en la contraportada en la que aparece publicidad de la marca EL REY con ocasión de la celebración de sus 75 años de presencia en el mercado.

3.32 Copia a color de la revista Gestión y responsabilidad sanitaria, Colombia 2.016, diciembre de 2.016 en la que se hace mención de la marca EL REY, sección agradecimientos y publicidad de la marca EL REY en la contra portada agradeciendo a consumidores y clientes por su acompañamiento, apoyo y confianza durante 75 años.

3.33 Copia a color de la Revista Calidad y Responsabilidad Sanitaria de marzo de 2017, en la que en primera página aparece publicidad de la marca EL REY agradeciendo a consumidores y clientes por su acompañamiento, apoyo y confianza durante 75 años.

3.34 Copia a color de la Revista Gestión y Desarrollo Sanitario, agosto de 2.017 (publicación semestral) en la que aparece publicidad de la

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

marca EL REY acompañada de su lema con el Rey y mucho amor.

3.35 Copia a color de la Revista Visión y Progresos publicación de agosto de 2.017 en la que aparece publicidad de la marca EL REY acompañada de su lema con el Rey y mucho amor.

3.36 Copia a color de página 13 de la sección DEBES SABER de la edición de fecha 5 de diciembre de 2.015 del periódico EL TIEMPO, en la que aparece publicidad de la marca EL REY con ocasión de la celebración de sus 75 años de presencia en el mercado.

3.37 Copia a color de página 5 de la edición 113 (noviembre-diciembre de 2.015) del periódico AMIGO TENDERO en la que aparece publicidad de la marca EL REY con ocasión de la celebración de sus 75 años de presencia en el mercado.

3.38 Foto de pantalla: (i) Latas para dar un toque “vintage” a su cocina; (ii) Las 100 marcas más queridas por los colombianos 2016; (iii) Las 10 marcas que más recuerdan los tenderos de barrio; y (iv) Portafolio “La historia publicitaria de las marcas colombianas más valiosas”.

3.39 Certificación de fecha 05.01.2018, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA, acerca de la presencia publicitaria de la marca EL REY en los programas “El Show de las Estrellas” y “La Gran Fiesta de los Hogares Colombianos”, en la cual se especifica “También deseamos agregar que todos los comerciales transmitidos finalizaban con el slogan “Prepáralo con EL REY y Mucho Amor”.

3.40 Certificado IBOPE, informe de chequeos de pauta publicitaria en Televisión Nacional, de fecha 1° de enero a junio 30 de 2018, para los canales RCN y CARACOL televisión.

3.41 Certificado de RCN sobre la inversión publicitaria contratada por FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., asociada a la marca EL REY, años 2016, 2017, 2018.

3.42 Certificado de RCN RADIO con INVERSIÓN PUBLICITARIA por concepto de PAUTA RADIAL en los últimos 10 años.

3.43 Certificado de RCN TELEVISIÓN con inversión de publicidad en el programa MASTERCHEF CELEBRIDADES 2018, suscrito el 05.09.2018.

3.44 Certificado de RCN TELEVISIÓN con inversión bruta durante los últimos 10 años de pauta publicitaria en televisión nacional.

3.45 Certificado de RCN TELEVISIÓN con inversión bruta de enero a abril de 2018 por pauta publicitaria en televisión nacional para las marcas EL REY NATURALMENTE y COLOR EL REY.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

3.46 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. el 15 agosto de 2018, por medio de la cual se certifica que la señal de Caracol Internacional se encuentra disponible en 26 países.

3.47 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A., mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión, del 07 de noviembre al 17 de diciembre de 2011. Adicionalmente, se anexa plano de pauta emitida en la programación.

3.48 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A., mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión- señal internacional, del 06 de febrero al 14 de marzo de 2012. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.49 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión- Señal internacional, del 26 al 30 de noviembre de 2013. Adicionalmente, adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.50 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión- Señal internacional, del 01 de noviembre al 31 de diciembre de 2015. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.51 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión- Señal internacional, del 01 de septiembre al 31 de octubre de 2016. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.52 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión- Señal internacional, del 01 de septiembre al 31 de diciembre de 2017. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.53 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión- Señal internacional, del 20 de marzo de 2011 al 11 de julio de 2018, a través de las centrales FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

S.A. y MULLEN LOWE SSP3, con un total de 295 comerciales. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.54 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión- Señal internacional, del 7 de mayo al 30 de Octubre de 2008, con sus productos TRI REY y EL REY, a través de la central REP GREY WORLDWIDE S.A., con un total de 76 comerciales. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.55 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión del 18 de mayo al 13 de junio de 2010, con su producto EL REY, a través de la central MEDIAEDGE: CIA LTDA, con un total de 31 comerciales. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.56 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión, del 31 de diciembre de 2012. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.57 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión, del 09 de julio al 30 de octubre de 2014. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.58 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión, del 14 de octubre al 20 de diciembre de 2015. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.59 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión, del 05 de julio al 28 de septiembre de 2016. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.60 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión, del 30 al 31 de diciembre de 2017. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

3.61 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión, del 02 de enero al 20 de mayo de 2018. Adicionalmente, se adjunta plano de pauta emitida en la programación.

3.62 Certificado expedido por CARACOL TELEVISIÓN S.A. mediante el cual manifiesta que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. mantiene relaciones comerciales con ellos desde Enero hasta julio de 2018, y que ha ordenado publicidad por intermedio de la agencia LOWE-SSP3 S.A. con NIT 860.524.513-6.

3.63 Certificación de fecha 18.01.2019, suscrito por el Revisor Fiscal de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., el señor Mario Orlando Rojas Castillo, por medio de la cual se indican los gastos en publicidad totales de los años 2013 a 2018 de la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor.

3.64 Certificación de fecha 18.01.2019, suscrito por el Revisor Fiscal de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., el señor Mario Orlando Rojas Castillo, por medio de la cual se indica el valor de las ventas totales de los años 2013 a 2018, relativas a la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor.

3.65 Certificación de fecha 14.01.2019, emitida por la firma MULLEN LOWE SSP3 S.A., sobre la inversión publicitaria para la marca EL REY y su lema comercial asociado "PREPÁRALO CON EL REY Y MUCHO AMOR", durante los meses de julio a diciembre de 2018 por valor de COP \$ 1.208.410.826.

3.66 Certificación de fecha 09.01.2019, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para el lema comercial "Prepáralo con El Rey y mucho amor" y Naturalmente con amor, desde el 02 de junio al 31 de diciembre de 2018, por un valor de COP \$98.000.00.

3.67 Certificación de fecha 14.01.2019, suscrita por la Directora del Departamento de Facturación y Cartera de RCN TELEVISIÓN en el cual se indica que durante el período comprendido entre 01 de julio a 31 de diciembre de 2018 se realizó pauta publicitaria para EL REY NATURALMENTE y COLOR REY, por valor de COP \$117.109.260.

3.68 Certificación de fecha 08.01.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión – Señal Internacional para los productos de EL REY y TRIGUISAR del 01 al 31 de diciembre de 2018.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

3.69 Certificación de fecha 15.01.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión para los productos COLOR, EL REY e Institucional EL REY del 13 de agosto al 27 de diciembre de 2018, por un total de COP \$313.411.214.

3.70 Certificación de fecha 03.01.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión para los productos Condimentos y sus diferentes referencias, del 01 al 22 de diciembre de 2018, en la emisora “La Kalle”.

3.71 Certificación de fecha 15.01.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión – Señal Internacional para los productos de EL REY y TRIGUISAR, del 01 de julio al 31 de diciembre de 2018, por un total de COP \$32.208.110.

3.72 Copia de algunas páginas del libro titulado “Historia publicitaria de marcas queridas y valoradas por los colombianos II”, impreso en septiembre de 2018, dentro de las cuales se incluye la marca EL REY.

3.73 Certificación de fecha 24.01.2019, suscrita por el Director Jurídico de CARACOL RADIO, en el cual se indica que FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. ordenó pauta publicitaria por intermedio de la Agencia LOWE-SSP3, para el período de agosto a diciembre de 2018, por un valor de COP\$ 96.585.985.

3.74 Copia del artículo titulado “MARCAS MÁS VALIOSAS”, publicado por la Revista Portafolio en su edición del 19.11.2018, dentro del cual se destaca a la marca EL REY en el puesto cuarenta y ocho, de las cien marcas colombianas más valoradas.

3.75 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY, entre los años 2010 y 2017, por un valor de COP \$270.000.000, en los programas EL SHOW DE LAS ESTRELLAS y LA GRAN FIESTA DE LOS HOGARES COLOMBIANOS.

3.76 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para la marca MIXTA EL REY, entre los meses febrero a diciembre de 2018, por un valor de COP \$125.000.00, en los programas EL SHOW DE LAS ESTRELLAS y LA GRAN FIESTA DE LOS HOGARES COLOMBIANOS.

3.77 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para la marca MIXTA EL REY, entre los meses

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

febrero a noviembre de 2019, por un valor de COP \$112.000.00, en el programa EL SHOW DE LAS ESTRELLAS.

3.78 Certificado IBOPE, informe de chequeos de pauta publicitaria en Televisión Nacional, de fecha 1° de enero de 2018 al 30 noviembre de 2019, para los canales RCN, CARACOL televisión y Canal 1.

3.79 Certificación de fecha 25.11.2019, suscrito por el Revisor Fiscal Suplente de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., la señora Diana Lorena Monroy Rincón, por medio de la cual se indican los gastos en publicidad totales de los años 2013 a junio de 2019 de la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor.

3.80 Certificación de fecha 03.01.2020, suscrita por PLURAL COMUNICACIONES S.A.S., en el cual se indica la pauta emitida para el producto EL REY incluyendo marca mixta, en el mes de diciembre de 2019, para el CANAL UNO.

3.81 Certificación de fecha 25.11.2020, suscrito por el Revisor Fiscal Suplente de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., la señora Diana Lorena Monroy Rincón, por medio de la cual se indica el valor de las ventas totales de los años 2018 a junio de 2019, relativas a la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor.

3.82 Certificado expedido por la sociedad VIEWS Colombia S.A.S., suscrito el 13.11.2019, mediante el cual se indica que la sociedad FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. realizó un proyecto cuantitativo de marcas, sobre recordación de marcas de condimentos en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira y Tunja durante los años 2016 y 2019, en el cual se evidencia que la marca EL REY es la primera (1ª) en mención espontánea "TOP OF MIND".

3.83 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión – Señal Internacional para los productos de EL REY y sus diferentes referencias, del 01 de enero al 31 de octubre de 2019.

3.84 Certificación de fecha 12.11.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en los Portales Internet Series Web PT CTV, para los productos de EL REY y sus diferentes referencias, del 01 de julio al 31 de septiembre de 2019.

3.85 Certificación de Quiroga Agencia de Medios, que muestra la inversión publicitaria en el año 2019 que contiene la marca EL REY, incluye mixta, por un total de \$4.544.331.075, suscrita el 07 de mayo

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

de 2020 por el Director Regional de Planeación Estratégica.

3.86 Certificación de ZEBRA ESTUDIO, suscrita el 08.05.2020, mediante la cual se muestra el tráfico de las redes sociales de CONDIMENTOS EL REY, Facebook e Instagram y la inversión publicitaria por valor de \$9.537.168 para el año 2019, \$20.928.970 más IVA para el periodo Noviembre 2019 a Abril 2020, para un total de inversión en redes sociales de EL REY para el año 2019 - 2020 de \$30.466.138, en la cual se incluye la marca MIXTA EL REY.

3.87 Copia de certificación del 08.05.2020 expedida por JORGE BARÓN PRODUCCIONES S.A.S. firmada por el Secretario General, Jaime Eduardo Varon, respecto de la inversión publicitaria hecha por la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. durante el año 2019 y la presencia publicitaria de la marca mixta "EL REY" en los programas EL SHOW DE LAS ESTRELLAS y LA FIESTA DE LOS HOGARES COLOMBIANOS por un valor de \$166.000.000

3.88 Certificado expedido por OUTSOURCING AQ (revisor fiscal de Fábrica de Especias y Productos El Rey S.A.), suscrito el 23.04.2020, donde se certifican EXPORTACIONES de productos marca EL REY durante los años 2007 a marzo de 2020 suscrito por Mario Orlando Rojas Castillo.

3.89 Publicación en la página Web de Caracol Televisión de videos de diferentes recetas elaboradas con PRODUCTOS EL REY, en las cuales se evidencia la marca MIXTA EL REY: (i) <https://www.caracoltv.com/preparate/conoce-y-aprende-hacer-estas-deliciosas-recetas-con-productos-el-rey-ie5163>; (ii) <https://www.caracoltv.com/preparate/receta-de-pescado-con-picadillo-de-tomate-ie5163>; (iii) <https://www.caracoltv.com/preparate/como-hacer-empanadas-de-carnemolida-ie5163>; (iv) <https://www.caracoltv.com/preparate/facil-rapido-y-delicioso-sandwich-de-pollo-con-aguacate-ie5163>; y (v) <https://www.caracoltv.com/preparate/receta-facil-y-deliciosa-de-pollo-frito-especiado-ie5163>.

3.90 Certificado suscrito el 14 de noviembre de 2019 por el Director Regional de Planeación Estratégica de la sociedad AGENCI MEDIOS SUCURSAL COLOMBIA, respecto de la inversión publicitaria realizada por la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. en el año 2019, en la cual se incluye la marca MIXTA EL REY.

3.91 Certificado IBOPE, informe de chequeos de pauta publicitaria en Televisión Nacional, de fecha 1° de enero de 2018 al 30 noviembre de 2019, para los canales RCN, CARACOL televisión y Canal 1.

3.92 Informe en formato PowerPoint de la publicidad de la marca mixta EL REY, difundida en la Sección "Deli Cromos" del periódico EL ESPECTADOR, acompañado del análisis de resultados del consumo

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

del contenido, en que se verifica: (i) Número de impresiones: equivalente a las veces que fueron presentados los formatos al público: 500.292 veces; (ii) Número de personas a las cuales llegó la pauta: 58.144 usuarios; y (iii) Número de clics hecho por los consumidores a la pauta: 352.

3.93 Publicidad de la marca mixta EL REY, difundida en el periódico EL ESPECTADOR y en redes sociales, con sus respectivos reportes del número de impresiones y número de personas a las cuales les llegó la pauta, para los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre.

3.94 Certificación de fecha 25.11.2019, suscrito por el Revisor Fiscal Suplente de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., la señora Diana Lorena Monroy Rincón, por medio de la cual se indican los gastos en publicidad totales de los años 2013 a junio de 2019 de la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor. Incluyen Marca MIXTA.

3.95 Certificación de fecha 25.11.2019, suscrito por el Revisor Fiscal Suplente de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., la señora Diana Lorena Monroy Rincón, por medio de la cual se indica el valor de las ventas totales de los años 2018 a junio de 2019, relativas a la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor. Incluyen Marca MIXTA.

3.96 Certificación de fecha 27.11.2019, suscrito por el Revisor Fiscal Suplente de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., la señora Diana Lorena Monroy Rincón, por medio de la cual se indica el valor de las exportaciones de productos EL REY y TRIGUISAR de los años 2007 a octubre de 2019.

3.97 Catálogo de productos de la marca EL REY, en el cual se evidencia que todos incluyen la marca MIXTA EL REY.

3.98 Certificado expedido por la sociedad VIEWS Colombia S.A.S., suscrito el 13.11.2019, mediante el cual se indica que la sociedad FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A. realizó un proyecto cuantitativo de marcas, sobre recordación de marcas de condimentos en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira y Tunja durante los años 2016 y 2019, en el cual se evidencia que la marca EL REY es la primera (1ª) en mención espontánea "TOP OF MIND".

3.99 Reporte TOP OF MIND las 100 marcas más queridas por los Colombianos 2016, que demuestra la antigüedad que tiene el reconocimiento de la marca mixta EL REY. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=tabLMI5LAn4>.

3.100 Copia de algunas páginas del libro titulado "Historia publicitaria

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

de marcas queridas y valoradas por los colombianos II”, impreso en septiembre de 2018, dentro de las cuales se incluye la marca EL REY. (Incluye marca mixta).

3.101 Publicidad de la marca mixta EL REY difundida en “La Vuelta a España 2019”.

3.102 Publicidad de la marca mixta EL REY difundida en el programa “Master Chef Celebrity 2018” del Canal RCN.

3.103 Publicidad de la marca mixta EL REY, hecha a través de la Página Oficial de YouTube, disponible en <https://www.youtube.com/user/CondimentosRey>

3.104 Certificación suscrita por el Representante Legal de la sociedad ZEBRA STUDIO S.A.S. en la cual se hace constar la existencia de las Redes sociales Facebook e Instagram de la marca MIXTA EL REY, con una inversión publicitaria por \$10.552.257 para el año 2019.

3.105 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión – Señal Internacional para los productos de EL REY y sus diferentes referencias, del 01 de enero al 31 de octubre de 2019.

3.106 Certificación de fecha 12.11.2019, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en los Portales Internet Series Web PT CTV, para los productos de EL REY y sus diferentes referencias, del 01 de julio al 31 de septiembre de 2019.

3.107 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY, entre los años 2010 y 2017, por un valor de COP \$270.000.000, en los programas EL SHOW DE LAS ESTRELLAS y LA GRAN FIESTA DE LOS HOGARES COLOMBIANOS.

3.108 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para la marca MIXTA EL REY, entre los meses febrero a diciembre de 2018, por un valor de COP \$125.000.00, en los programas EL SHOW DE LAS ESTRELLAS y LA GRAN FIESTA DE LOS HOGARES COLOMBIANOS.

3.109 Certificación de fecha 06.11.2019, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para la marca MIXTA EL REY, entre los meses febrero a noviembre de 2019, por un valor de COP \$112.000.00, en el programa EL SHOW DE LAS ESTRELLAS.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

3.110 Registro fotográfico de la publicidad de la marca MIXTA EL REY en el show de las estrellas de JORGE BARÓN.

3.111 Publicidad de la marca mixta EL REY en medios digitales para Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Publicaciones en las plataformas de Radioacktiva, Revista Semana, Emisora Tropicana, Caracol Next, Emisora Vibra, Pulzo, entre otros.

3.112 Certificación de fecha 08.05.2020, suscrita por el Secretario General de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA, acerca de la inversión publicitaria de la marca EL REY en los programas “El Show de las Estrellas” y “Fiesta de los Hogares Colombianos”, por un valor de \$ 166.000.000 de pesos, entre el 1° de enero al 31 de diciembre de 2019.

3.113 Certificado de fecha 12 de mayo de 2020, suscrito por la gerente financiera de la sociedad Rojeg S.A.S., mediante en la cual se muestra la inversión de \$ 40.000.000 para el canal de YouTube de Jorge Rausch, para publicidad de la marca EL REY (incluye marca mixta), en el período de febrero a junio de 2020.

3.114 El Tiempo (18 de noviembre 2020), Así nació El Rey que colonizó las cocinas del país, disponible en: <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/el-rey-asi-nacio-la-emblematica-empresa-de-condimentos-colombiana-549209>.

3.115 Semana (30 de noviembre de 2020) Top de las marcas más valiosas de Colombia en 2020, disponible en: <https://www.semana.com/empresas/articulo/las-marcas-mas-valiosas-de-colombia-en-2020/308423/>.

3.116 Certificación del 13.01.2021, suscrita por el Director Regional de Planeación Estratégica de la Agencia Quiroga Medios Sucursal Colombia, acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY durante el año 2020, por un valor de COP cinco mil ciento sesenta y dos millones veintiocho mil cuatrocientos sesenta y siete pesos (\$5.162.028.467).

3.117 Certificación de fecha 22.01.2021, suscrita por el Representante Legal de la empresa JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY, entre el 1° de enero al 31 de diciembre de 2020, por un valor de COP \$123.750.000, en los programas EL SHOW DE LAS ESTRELLAS y LA GRAN FIESTA DE LOS HOGARES COLOMBIANOS.

3.118 Certificación de fecha 20.01.2021, suscrita por el Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN, en el cual se indica que se ordenó pauta publicitaria en Caracol Televisión señal Internacional, para los productos de EL REY y sus diferentes referencias, del 01 de

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

octubre al 20 de diciembre de 2020.

3.119 Certificación suscrita por el Representante Legal de la sociedad ZEBRA STUDIO S.A.S. en la cual se hace constar la existencia de las Redes sociales Facebook e Instagram de la marca MIXTA EL REY, con una inversión publicitaria por \$41.604.589 para el año 2020.

3.120 Certificación de fecha 13.01.2021, suscrita por el Gerente General de la empresa CC MEDIOS COLOMBIA S.A.S. acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY durante el año 2020, por un valor de COP \$18.707.242.

3.121 Certificación de fecha 14.01.2021, suscrita por el vicepresidente ejecutivo de la empresa RADIOPOLIS acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY durante el año 2020, por un valor de COP \$165.181.663.

3.122 Certificación de enero de 2021, suscrita por el Director Comercial AMC Networks Colombia, Canal Gourmet, acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY en el Canal Gourmet durante el año 2020, por un valor de COP \$55.434.068.

3.123 Certificación del 13.01.2021, suscrita por el Sr. Edgar Enrique Contreras de PLURAL COMUNICACIONES S.A.S., acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY en el Canal Uno, mediante la Agencia Quiroga Medios Sucursal Colombia durante el año 2020, por un valor de COP \$230.658.178.

3.124 Certificación del 14.01.2021, suscrita por el Ejecutivo Comercial DASP de Buena Vista Internacional INC, acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY durante el año 2020, por un valor de COP \$11.981.924.

3.125 Certificación del 20.01.2021, suscrita por el Gerente General de Contabilidad e Impuestos de RCN Televisión, acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY durante el año 2020 en Televisión Abierta, por un valor de COP \$1.072.206.503.

3.126 Certificación del 20.01.2021, suscrita por el Gerente General de Contabilidad e Impuestos de RCN Televisión, acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY durante el año 2020 en Canal Novelas, por un valor de COP \$12.048.750.

3.127 Certificación del 14.01.2021, suscrita por el Director Nacional de Facturación de RCN Radio, acerca de la inversión publicitaria para la marca EL REY durante el año 2020, por un valor de COP \$305.794.381, incluido IVA.

3.128 Certificación de fecha 03.02.2021, suscrito por el Revisor Fiscal de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., el

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

Señor Mario Orlando Rojas Castillo, por medio de la cual se indica el valor de las ventas totales de los años 2008 a 2020, relativas a la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor. Incluyen Marca MIXTA.

3.129 Certificación de fecha 03.02.2021, suscrito por el Revisor Fiscal de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., el Señor Mario Orlando Rojas Castillo, por medio de la cual se indican los gastos en publicidad totales de los años 2013 a 2020 de la marca EL REY y su lema comercial asociado Prepáralo con El Rey y Mucho Amor. Incluyen Marca MIXTA.

3.130 Certificación de fecha 03.02.2021, suscrito por el Revisor Fiscal de la FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A., el Señor Mario Orlando Rojas Castillo, por medio de la cual se indica el valor de las exportaciones de productos EL REY y TRIGUISAR de los años 2007 a 2020.

3.131 Estudio estadísticamente representativo a nivel nacional sobre el renombre de la marca EL REY, realizado por la sociedad VIEWS Colombia S.A.S. dentro del cual se muestra indiscutiblemente que la marca EL REY, es conocida por el público en general, y que trasciende el sector de los alimentos.

3.132 “Estudio de investigación de mercados”, realizado por VIEWS COLOMBIA S.A.S. sobre la asociación de las marcas EL REY – LA REINA.”

5.2. La apoderada judicial de la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC-, allegó copia digital del expediente administrativo.

6. CARGOS DE NULIDAD:

Esta Corporación estudiará el cargo de nulidad, para tal fin, realizará el análisis, así: (i) el fundamento expuesto por la parte demandante, (ii) la contestación por la parte demandada y, (iii) las consideraciones de la Sala.

6.1. PRIMER CARGO: LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DESCONOCIÓ EL RIESGO DE CONFUSIÓN Y/O ASOCIACIÓN QUE LA MARCA “KING BOX” GENERA POR SER SIMILARMENTE CONFUNDIBLE CON UNA MARCA PREVIAMENTE

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

REGISTRADA (ARTÍCULO 136, LITERAL A) DE LA DECISIÓN 486 DE 2000.

6.1.1 Fundamento:

Considera que tal y como se indicó en el escrito de oposición dentro del procedimiento administrativo, el signo solicitado se asemeja visual, ortográfica, fonética e ideológica de las marcas “EL REY”, lo que en consecuencia genera riesgo de confusión y/o de asociación insalvable entre los signos, por cuanto la marca erróneamente concedida reproduce íntegramente la marca notoria y registrada “EL REY”, valiéndose de la traducción literal del vocablo predominante de dicha marca, la palabra REY, cuyo significado en la lengua inglesa es “KING”, marca igualmente registrada por la demandante como “THE KING”.

Si la entidad administrativa hubiere realizado el cotejo marcario adecuadamente, como lo exigen las disposiciones comunitarias y la Doctrina Judicial Andina, se habría dado cuenta de que el signo solicitado “KING BOX” reproduce en su totalidad y resulta similarmente confundible ortográfica, fonética, visual e ideológicamente con la marca notoria “EL REY” y con las marcas previamente registradas “THE KING”, que le impiden coexistir en el mercado sin generar riesgo de confusión y/o asociación.

Precisa que, conforme a lo establecido por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina el riesgo de confusión se configura cuando entre los signos confrontados existe identidad o semejanza entre ellos que los hace confundibles desde la perspectiva del consumidor, hasta el punto de generarles confusión y/o ideas de asociación empresarial entre sus titulares, como ocurría en el presente caso. Asimismo, se ha especificado que, para la configuración de esta causal, no es necesario que se genere efectivamente un riesgo de confusión y/o asociación, sino que basta con la probabilidad de

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

su configuración.

Respecto de la marca notoria “EL REY”, señala que la demandante es licenciataria, no sólo de dicha marca notoria, sino de un amplio portafolio de signos distintivos registrados y vigentes en diversas clases, todos ellos profusamente usados en Colombia y el exterior, y en los cuales, como elemento esencial e inseparable de los respectivos conjuntos marcarios, aparece la evocación inconfundible a los conceptos o ideas implícitos en la marca notoriamente conocida “EL REY”, razón de más para otorgar a sus titulares y licenciataria una especial protección frente a registros de signos que puedan afectar sus derechos.

Indica que la marca “EL REY”, es una marca declarada notoria en Colombia por la Superintendencia de Industria y Comercio. Adicionalmente es ampliamente conocida en el mercado ya que ocupa el primer lugar en términos del conocimiento total de la marca, aspectos que permitían concluir que el signo “KING BOX” era irregistrable por estar incurso en las causales del artículo 136, literales a) y h), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Respecto de la causal establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, esta establece que no pueden registrarse como marcas signos que sean similares a una marca previamente registrada, cuyos productos o servicios sean también semejantes y que induzcan en riesgo de confusión y/o asociación.

El anterior pronunciamiento demuestra que, en efecto, la entidad violó la Normativa Andina, como consecuencia de una indebida interpretación en tanto desestimó que la semejanza, a diferencia de la identidad, requería igualdad en todos sus elementos. Lo que en realidad se requiere es que, por virtud de un elemento común, en este caso el vocablo KING/REY, presente en todas las marcas del portafolio marcario de la sociedad demandante, se

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

genere confundibilidad, a pesar de que dicho elemento coexista con otros elementos (como el vocablo BOX).

El signo solicitado, y cuyo registro fue concedido por la SIC es similarmente confundible con las marcas “EL REY” y los demás signos que conforman su familia de marcas, puesto que a pesar de que el signo “KING BOX” es de tipo mixto, su carácter nominativo predomina sobre el figurativo, pues en esencia, lo que caracteriza al signo en sí mismo es la expresión “KING/REY” ya que los demás elementos son secundarios dentro del conjunto.

Menciona que la configuración figurativa es de carácter secundario en tanto el tamaño de la denominación es superior y cuenta con una grafía mucho más sobresaliente, debido a su grosor y tipología de letra. Así las cosas, aun cuando no se desconoce la relevancia del elemento gráfico, es claro que este accede y complementa las ideas y conceptos de la denominación.

Visto lo anterior, es evidente que la expresión “KING”, traducción literal de “REY”, como se ve es la parte sobre la que hace mayor énfasis visual para el consumidor al utilizar una figura de corona, que está directamente relacionada con los conceptos de realeza y monarquía, propios de la marca notoria “EL REY”. En definitiva, esto permitía deducir, incluso para la Entidad demandada, que el signo pretendido utilizaba, indebidamente, en forma predominante, el elemento característico de las marcas “EL REY” y “THE KING” haciendo evidente la identidad conceptual de los signos.

Adicional a la aludida traducción literal de la expresión “REY”, no solamente existe una mera traducción de este término, sino que se presenta al público consumidor la idea que hace referencia, como es ampliamente conocido en Colombia, a la superioridad de los productos y servicios de la demandante y a la soberanía, grandeza, majestuosidad, entre otros, todos inherentes e incorporados en las marcas del portafolio marcario de mi representada.

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

Dicha similitud se generaba, como se sabe, con ocasión de la traducción literal del vocablo predominante y común a la mayoría re de registros de la familia de marcas de la sociedad demandante, esto es, el vocablo REY. La veracidad de esta afirmación se puede comprobar en cualquier diccionario.

Sumada a la notada confusión de carácter conceptual, anota que las semejanzas con las marcas “THE KING” se incrementan aún más, en la medida en que se reproduce íntegramente el vocablo predominante en dicha denominación, esto es, el vocablo KING. Así pues, se configura confusión de tipo ortográfico ya que las expresiones KING-KING no cuentan con variaciones sustanciales que permitan arribar a una conclusión diferente a su confundibilidad ortográfica, puesto que comparten todas y cada una de sus letras en idéntica posición.

Como consecuencia de lo anterior, se genera evidentemente una insalvable confusión de tipo fonético en la medida en que al ser pronunciados los signos KING BOX-THE KING de viva voz, generarán sonidos cercanos y altamente similares, por virtud de la reproducción del vocablo común y sobresaliente en dichas denominaciones: KING.

Pues bien, el riesgo de confusión y/o asociación destacados en el escrito de oposición, es consecuencia, como se dijo, de la reproducción total de las marcas mixtas “THE KING” y de la traducción, transliteración y reproducción íntegra de la marca notoria “EL REY”, cuya protección y tutela es más rigurosa.

En este orden de ideas, si la Delegatura para la Propiedad Industrial hubiera realizado adecuadamente un análisis de confundibilidad de cara a un posible riesgo de confusión y/o asociación como consecuencia de semejanzas ortográficas, fonéticas e ideológicas por la reproducción de las marcas de mi

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

representada, habría podido concluir que dichas semejanzas, de la mano con la relación entre los productos, eran razones suficientes para declarar la irregistrabilidad del signo mixto “KING BOX”.

Teniendo en cuenta que el signo “KING BOX” es (i) una traducción literal y reproducción íntegra del término “EL REY”, (ii) una reproducción total de las marcas “THE KING” y (iii) una transliteración conceptual e ideológica de “EL REY” y “THE KING”, habría notado la demandada que se generaba un insalvable riesgo de confusión y/o asociación para el público consumidor, quienes quedarían expuestos a ideas ajenas y contrarias a la realidad. Por ejemplo, podrían considerar que el signo erróneamente concedido es un nuevo integrante de la familia de marcas de la demandante, a lo sumo, estimar que entre el titular de “KING BOX” y las marcas “EL REY” y “THE KING” existe una asociación comercial, cuando no es así.

Se advirtió a la demandada que dicha transliteración, reproducción y traducción de los signos de mi representada, generaba la trasmisión de los mismos conceptos e ideologías propios de la familia de marcas “EL REY” al signo “KING BOX”.

Esto es así, toda vez que la marca “KING BOX” no se limitó únicamente a traducir la palabra REY para utilizarla en su signo distintivo, sino que, además busco evocar, sin duda, los mismos conceptos, ideologías y significados de lo que representa la palabra de “REY”, traducida al español.

El vocablo KING, así como la figura de una corona, hacen referencia a un “Monarca o soberano de un reino” y referencia a los conceptos e ideas de excelencia en los productos y servicios, la majestuosidad, el gobierno, la realeza, el imperio, entre otros; conceptos todos que la marca notoria “EL REY” ha venido transmitiendo a cada uno de los signos que integran su portafolio marcario (familia de marcas), como se puede evidenciar con la

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

utilización de accesorios asociados a los mismos, en el logo de los signos.

Como se observa y conoce, el logo de las marcas afectadas con el registro concedido se sirve de la figura tradicional de un monarca, y de otros accesorios relacionados a este monarca (rey), como lo es la corona. Este elemento acredita que efectivamente se trata de una marca asociada a la monarquía, soberanía, realeza, imperio, majestad, nobleza, entre otros, y se evidencia no solamente en la traducción de la palabra REY al inglés, sino también en la representación gráfica del signo “KING BOX” el cual utiliza un símbolo de representación de un monarca en su configuración gráfica: la corona.

Dicha utilización, unida a la reproducción de la expresión KING, predominante en las marcas “THE KING”, siendo ésta además la traducción del vocablo REY, elemento esencial de las marcas “EL REY”, evoca, sin duda, conceptos confundibles y semejantes que impiden a los consumidores distinguir el origen empresarial de una marca que, como “KING BOX”, utiliza una corona y la palabra KING. En este orden de ideas, los conceptos que dimanan del signo pretendido generan confusión y/o asociación en perjuicio del público consumidor. Aunado a que la corona hace alusión al concepto de monarquía.

Así el signo solicitado claramente reproduce la marca notoria de la sociedad demandante y las marcas “THE KING”:



Corona de Rey = REY

KING = REY traducido literalmente al español

MONARQUÍA, REALEZA, REINO, SOBERANÍA, MONARCA

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

Para realizar el cotejo de los signos en conflicto, es necesario utilizar los criterios de comparación establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina y esto supone hacer un análisis “sin descomponer los elementos que conforman el conjunto de los signos en conflicto”. Lo anterior, en la medida en que sólo así podría haber corroborado la demandada que el mensaje que transmite en su conjunto el signo “KING BOX” no resulta lo suficientemente distintivo de las ideologías y conceptos que ya transmite y evocan las marcas “EL REY”.

Esto por cuanto la idea que se pretende impregnar en el público es la misma que ya muestra la marca licenciada a favor de la Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., lo que es también consecuencia de la trayectoria y reconocimiento de los signos de la demandante en el mercado y que generan en el consumidor ideas de relación directa con mi mandante. Así, cuando se introduzcan signos que replican y reproducen vocablos esenciales y comunes a sus signos, de la mano de sus mismas ideologías, es razonable a los consumidores pensar que se trata la sociedad, de su actividad comercial y/o de una línea de negocios paralela o asociaciones comerciales con terceros, como NUVA COLOMBIA S.A.S.

Además, es importante tener en cuenta que en este caso estamos frente a una marca mixta, que incluye la figura de corona con la cual refuerza las ideas de monarquía y realeza, propias de las marcas licenciadas en favor de la demandante y ello no permite crear una diferencia sustancial que lo distinga de las marcas de EL REY, en los aspectos ortográficos, fonéticos, visuales y conceptuales, y dicha circunstancia, a la luz de lo establecido por el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, hace que el signo “KING BOX” sea irregistrable por causar riesgo de confusión con la marca EL REY.

Como se puede observar, dentro de la parte figurativa del conjunto destaca

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

la expresión KING/ REY y la figura de una corona de rey, que hace clara alusión al concepto de realeza y monarquía propio de las marcas licenciadas en favor de mi representada.

La expresión BOX que acompaña al concepto KING con la figura de la corona no cambia la percepción que puedan tener los consumidores porque, pues el conjunto marcario mantiene la misma idea de REY, REINO, SOBERANO, MONARQUÍA, REALEZA, sin que la expresión BOX sea suficiente para dar un concepto distinto, ni agrega distintividad.

De hecho, la expresión BOX es de uso común para identificar servicios de la clase 35 internacional, razón por la cual no es susceptible de ser apropiada privativamente por ningún empresario y por lo que tampoco confiere distintividad al signo que la incluya. Por virtud de lo anterior, a este respecto ha precisado la doctrina jurisprudencial Andina que dichas expresiones deben ser excluidas de los análisis de registrabilidad, circunstancia que enfatiza las ostensibles, y ya anotadas, semejanzas ortográficas, fonéticas y conceptuales con las marcas “THE KING” e ideológicas con las marcas “EL REY”.

Adicionalmente, es de relevante consideración que el signo utiliza, además, una expresión de carácter descriptivo, como lo es la palabra “BOX”, pues inmediatamente informa sobre las características de los servicios de ventas que se realizarían con cajas por suscripción.

Sumado a lo anterior considera que debe tenerse en cuenta que la palabra “BOX” es una expresión comúnmente conocida en el español y por el público consumidor, como lo son las expresiones “hello”, “King”, “queen”, entre otros anglicismos que se suelen utilizar en Colombia comúnmente.

Así las cosas, no podía la entidad demandada encontrar distintividad en un

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

conjunto que utilizaba una expresión que informa sobre una de las características de los servicios de venta que se identificarían con el término “BOX”, puesto que, en efecto, los servicios de administración comercial y venta de productos se hacen siempre, por medio de cajas de suscripción.

Lo anterior refuerza el argumento de que el elemento dominante del signo solicitado es la palabra KING, acompañada de la figura de una corona, elementos propios de las marcas registradas EL REY – THE KING. He ahí la razón por la que la Dirección de Signos Distintivos sí consideró que, al reproducirse la expresión dominante KING/REY de las marcas de sociedad demandante, sí existía confundibilidad entre los signos y negó su registro.

Como se vio, la Dirección de Signos Distintivos tomó en consideración la partícula KING/REY predominante en las marcas “THE KING” y la comparó con la expresión KING del signo “KING BOX” y determinó que no existían elementos que confirieran distintividad a la marca; circunstancia que era de esperarse dada la naturaleza genérica y descriptiva de la expresión “BOX”. Con esto, se confirma que el debido proceder era excluir esta palabra del cotejo para encontrar las evidentes semejanzas entre los signos.

En esta medida, era de esperarse que, como lo determinó la Dirección de Signos Distintivos, en aplicación de criterios y jurisprudencia del Tribunal Andino de Justicia, que se mantuviera la decisión de negación en segunda instancia por parte de la Delegatura para la Propiedad Industrial. No obstante, sorpresivamente, la Delegatura encontró distintividad en elementos que, per se, no podían conferírsele a un signo dada su naturaleza común y descriptiva.

Adicionalmente, se recuerda que el Tribunal ha considerado que no es necesario que el signo solicitado a registro induzca efectivamente a error a los consumidores, sino que basta la existencia del riesgo de confusión y/o de asociación para que se configure la causal de irregistrabilidad.

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

La Superintendencia de Industria y Comercio ha reconocido que aun cuando se vean confrontados signos con diferencias gramaticales evidentes, e incluso su denominación se encuentre en otro idioma como el inglés, si se verifica que el signo solicitante busca transmitir la misma idea difundida por la marca “EL REY”, se configura confundibilidad por cuanto se reproducen los mismos conceptos e ideologías de la demandante.

Asimismo, tal como lo afirmó el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el Proceso 195-IP-2018, los extranjerismos, como el que se presenta en el presente caso, cuyo significado es conocido en español, obligan a la entidad competente a fijarse aún más en la similitud conceptual que pueda llegar a presentarse.

En este punto, considera importante señalar que la confusión ideológica es un aspecto muy relevante, y ha sido calificado por el Tribunal Andino de Justicia como el criterio de comparación más importante, pues son los significados de las palabras, incluso en otro idioma ampliamente conocido por los consumidores, los que permiten anticipar las representaciones e impresiones que generarán los signos en la mente del público.

Al respecto, es importante tener en cuenta que, tal y como ha sido conceptualizado en la Jurisprudencia del Tribunal Andino de Justicia, el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas.

6.1.2 Contestación al cargo:

La apoderada judicial de la entidad demandada manifiesta que, a norma exige que dicha identidad o semejanza entre los signos, así como la relación entre los productos y/o servicios identificados por ellos, sea suficiente para generar

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los consumidores. De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

La semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos: conceptual, ortográfico, fonético y visual.

Existirá semejanza conceptual cuando los dos signos evoquen una idea idéntica o semejante. La similitud ortográfica se presenta por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión. Por su parte la visual puede ser entendida como ortográfica, pero es principalmente referida a los signos figurativos o esencialmente visibles. La semejanza fonética se presenta por coincidencia en las raíces o terminaciones, y cuando la sílaba tónica en las denominaciones comparadas es idéntica o muy difícil de distinguir. Sin embargo, se debe tener en cuenta las particularidades de cada caso, para determinar una posible confusión.

Criterios de conexidad de los productos o servicios El juez consultante deberá analizar, en relación con los productos, la conexidad competitiva interna existente entre estos y el riesgo de confusión que, por la naturaleza o uso de los productos identificados por las marcas, pueda desprenderse.

Por sí mismos, los criterios esbozados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina permiten acreditar la existencia de conexidad competitiva entre productos y servicios, mientras que los criterios de pertenencia a una misma clase, los canales de aprovisionamiento, distribución o de comercialización, así como los medios de publicidad empleados en su difusión, la tecnología empleado, la finalidad o función, el mismo género o una misma naturaleza, considerados aisladamente no permiten llegar al

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

establecimiento de la relación, sino que habrán de ser considerados en conjunto con aquellos que han sido considerados como intrínsecos. Finalmente es de observar que, si los productos o servicios serán dirigidos a diferentes destinatarios, no habrá conexidad competitiva.

El riesgo de confusión es la posibilidad de que el consumidor adquiriera un producto o servicio pensando que está adquiriendo otro (confusión directa), o que adquiriera un producto o servicio pensando que éste tiene un origen empresarial distinto al que realmente vincula (confusión indirecta). Por su parte, el riesgo de asociación se presenta cuando a pesar de no existir confusión se vincula económica o jurídicamente a uno y otro oferente de los productos o servicios identificados por las marcas respectivas.

Para determinar la identidad o el grado de semejanza entre los signos, siguiendo las reglas antes establecidas, deben tenerse en cuenta los aspectos de orden visual, fonético y conceptual mencionados, teniendo en cuenta la naturaleza de los signos a confrontar.

Manifiesta que la marca solicitada fue la siguiente:



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta conformado por la expresión KING BOX. Adicionalmente, cuenta con elementos gráficos compuesto por el tipo especial de letra y la figura de una caja con las solapas de la tapa abierta y tres puntos en la parte superior.

Señala que las marcas registradas son de naturalezas diversas (nominativas y mixtas). En dichos signos se pueden encontrar las siguientes expresiones

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

EL REY, SALSA NEGRA EL REY, SALSA DE AJÍ EL REY, CHOCOLATE EL REY, TRICOMPLETO EL REY, SALSINA EL REY, SALSA INGLESA EL REY, SALSA DE SOYA EL REY, SALSA DE AJO EL REY, THE KING, junto con diferentes elementos gráficos (tipografías, franjas, círculos y diversos colores y la figura de un rey).

Las marcas registradas son de naturaleza mixta conformadas por las expresiones COLCHONES KING LINE y CANDY KING EXPRESS. Adicionalmente, están compuestas por elementos gráficos como lo es la tipografía especial de letra, colores variados y la figura de una corona.

Sostiene que, en el presente caso se debe comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual se deben tener en cuenta los siguientes criterios expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina: (i) Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto, (ii) Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto y, (iii) Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

Considera que la regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, por cuanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos. Sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

Esboza que las marcas analizadas en conjunto no son confundibles. En efecto, si bien los signos comparados, KING BOX, THE KING, COLCHONES KING LINE y CANDY KING EXPRESS comparten la palabra KING, sobre ella

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

no se puede otorgar exclusividad y no puede ser precepto para la negación del signo solicitado. Toda vez que, actualmente hay varios signos registrados para identificar servicios en la clase 35 que incorporan dicha expresión en sus conjuntos marcarios, por lo que negar el registro solicitado bajo dicho argumento carecería de sentido. Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014. 10 TJCA, Proceso N° 127-IP-2016.

Además de lo anterior, concluye que el signo que en su momento fue solicitado cuenta con elementos nominativos y gráficos adicionales que al ser apreciados en conjunto producen una impresión totalmente diferente en el consumidor. Este es el caso de la expresión BOX que le otorga una connotación diferenciadora. Sumado al componente figurativo compuesto por su tipografía especial de letra y la imagen de una caja con las solapas de la tapa abierta y tres puntos en la parte superior. Por lo tanto, el nuevo vocablo y los elementos gráficos contenidos en el solicitado permiten diferenciar los signos comparados. Así las cosas, de accederse al registro solicitado no se generarían riesgo de confusión con las marcas registradas.

6.1.3. Consideraciones de la Sala

La Sala negará el cargo de nulidad impetrado, de conformidad con las siguientes consideraciones:

El cargo de nulidad planteado por la Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., radica en la similitud o semejanza entre las siguientes marcas a saber:

MARCA MIXTA CUESTIONADA	MARCAS Opositoras
--------------------------------	--------------------------

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

	 <p>EL REY (Nominativa)</p>
Titular: Nuva Colombia S.A.S.	Titular: Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A.
Clase 35: Servicios de administración comercial para el procesamiento de ventas realizadas por internet de cajas por suscripción que contiene productos propios y de terceros, con excepción de productos alimenticios.	Clases: 29, 30, 32 y <u>35</u> .

La sociedad demandante considera que la marca otorgada a la sociedad Nuva Colombia S.A.S., vulnera lo señalado en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, que dispone:

“Artículo 136.- 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;

“(…)”

De conformidad con la norma andina antes transcrita la Sala observa que, es causal de irregistrabilidad de una marca, cuando entre otras cosas, aquellos signos puedan afectar indebidamente un derecho de terceros y, en especial, cuando 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.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

De lo anterior se colige que, el literal a) del artículo 136 *Ibídem* establece dos (2) causales de irregistrabilidad de la marca, **(i)** Que la marca solicitada sea idéntica o se asemeje a otra o, **(ii)** que pueda causar riesgo de confusión (directo o indirecto) o de asociación.

En cuanto al riesgo de confusión directo e indirecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en los procesos 145-IP-2022, 261-IP-2022 y 350-IP-2022, sostuvo que, el primero está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor, al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro distinto y, el segundo, se presenta cuando el consumidor atribuye a un producto o servicio, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

Finalmente, frente al riesgo de confusión señaló que, este consiste en la posibilidad de que el consumidor, a pesar de diferenciar los signos en conflicto y el origen empresarial del producto o servicio, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto o el prestador del servicio respectivo, tiene una relación o vinculación económica con otra agente del mercado.

Por lo que descendiendo al caso concreto la Sala deberá examinar si entre los signos confrontados existe identidad o semejanza, para luego determinar si esta circunstancia genera riesgo de confusión (directo o indirecto) o de asociación en el público consumidor, teniendo en cuenta en esta valoración que la similitud de los signos puede ser ortográfica, fonética, conceptual o gráfica.

- De la identidad o semejanza de las marcas.

Respecto a la identidad o semejanza de las marcas en conflicto, la jurisprudencia comunitaria andina ha establecido que se puede presentar de

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

alguno o todos los siguientes aspectos: **(i)** Ortográfico, **(ii)** Fonético, **(iii)** Conceptual y, **(iv)** Gráfica o figurativa, los cuales se refieren a lo siguiente:

“a) Ortográfica: Se refiere a la semejanza en la escritura de los signos en conflicto desde el punto de vista de su composición; esto es, tomando en cuenta, entre otros, el orden o la secuencia de las letras, con especial atención en las vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, las cuales pueden inducir en mayor o menor grado a que el riesgo de confusión sea más evidente u obvio.

b) Fonética: Se refiere a la semejanza de los sonidos de las letras, números, sílabas o palabras que conforman 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 de las palabras; 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, entre otros, sobre la base de los aspectos fonéticos.

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

d) Gráfica o figurativa: Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo, el objeto que representan o el concepto que evocan.”³

En el mismo sentido, la mencionada jurisprudencia andina estableció el procedimiento de cotejo o comparación de los signos en conflicto de conformidad con las siguientes reglas:

“a) La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman los signos en conflicto; es decir, cada uno debe analizarse con una visión integral y de conjunto, teniendo en cuenta la unidad de sus componentes ortográficos, fonéticos, conceptuales o ideológicos y gráficos o figurativos.

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 generalmente lo hará en momentos diferentes.

³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA-, procesos 145-IP-2022, 261-IP-2022 y 350-IP-2022.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

c) *El análisis comparativo debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias, pues es en las semejanzas en las que se puede percibir si existe riesgo de confusión directo o indirecto, o riesgo de asociación.*

d) *Al realizar la comparación es importante colocarse en el lugar del consumidor y tomar en cuenta su grado de percepción, de conformidad con el tipo de producto o servicio de que se trate, con base en los siguientes criterios⁴:*

(i) *Criterio del consumidor medio*: *Si estamos frente a productos o servicios de consumo masivo, el criterio del consumidor medio podría ser el soporte del análisis de registrabilidad. Es admisible presumir que el consumidor medio está atento y se encuentra razonablemente informado sobre los bienes y servicios que requiere habitualmente. No obstante, su nivel de percepción es variable en relación con las distintas categorías de productos y servicios que adquiere, aspecto que debe ser analizado y ponderado por la autoridad nacional competente, en cada caso concreto.*

El grado de atención del consumidor medio y su nivel de información constituyen un parámetro importante para el análisis de registrabilidad de signos que pretenden distinguir productos o servicios de consumo masivo, bajo el entendido de que estos pueden variar según el tipo de producto o servicio del que se trate. A manera de ejemplo, no se tiene el mismo nivel de información ni se presta el mismo nivel de atención al adquirir productos cosméticos (v.g. cremas y lociones para el rostro, jabones para el cuerpo, etc.) que al comprar utensilios de limpieza doméstica (v.g. escobas, recogedores de basura, etc.).

(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, o de posicionamiento o estatus en el mercado. Es un consumidor que se ha instruido claramente acerca de las características y cualidades de los productos o servicios que desea adquirir, conoce sus detalles estéticos, de calidad y funcionamiento que la media de la población no los conocería. 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*

⁴ Ver Interpretación Prejudicial No. 42-IP-2017 de fecha siete (7) de julio de 2017, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena No. 3063 del veintiuno (21) de julio de 2017.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

profesional. Dicho consumidor realiza una evaluación más prolija del producto o servicio que desea adquirir, aspecto que debe ser tomado en cuenta por la autoridad nacional competente al realizar el respectivo análisis de registrabilidad. A manera de ejemplo, constituye un consumidor o adquirente especializado la persona natural o jurídica del área de salud que vaya a adquirir instrumental médico para la realización de distintos tipos de cirugía o procedimientos quirúrgicos.”

No obstante lo anterior, se consideró que no era suficiente basar la posible confundibilidad únicamente en las similitudes o semejanzas en cualquiera de sus formas, pues en el examen de registrabilidad debe comprender todos los aspectos que sean necesarios, incluidos aquellos relacionados con los productos y/o servicios que distinguen o pretenden distinguir los signos en conflicto (Criterio evocativo).

Por lo anterior, igualmente se establecieron unos criterios para tener en cuenta al momento de realizar la comparación de los signos en conflicto de acuerdo a su naturaleza, así:

“Comparación entre signos denominativos

2.1. Cuando la controversia en el proceso interno radique en la presunta confusión entre dos signos denominativos, es necesario que se realice la comparación teniendo en cuenta que están conformados únicamente por elementos denominativos, los cuales están representados por una o más palabras pronunciables, dotadas o no es un significado o concepto.

2.2. Los signos denominativos, llamados también nominales o verbales, están conformados por una o varias letras, sílabas, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable compuesto por expresiones acústicas o fonéticas, el cual puede o no tener significado o concepto. Este tipo de signo se subdividen en: (i) sugestivos, que son los que tienen una connotación conceptual que evoca la naturaleza, así como ciertas cualidades o funciones del producto o servicio identificado por el signo o que pretende distinguir; y, (ii) arbitrarios, que no manifiestan conexión alguna entre su significado y la naturaleza, cualidades y funciones del producto o servicio que distingue o pretende identificar. Estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, producen en el consumidor una idea sobre el signo que le permite diferenciarlo de

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

otros existentes en el mercado.

2.3. En consecuencia, al realizar la comparación entre signos denominativos deberá realizarse el cotejo conforme a las siguientes reglas:

a) Debe analizarse cada signo de manera integral y en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad ortográfica ni fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, números, sílabas o palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, con el propósito de alcanzar el entendimiento suficientes sobre cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Debe establecerse si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema **deport** en: **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ólogo**.

Los morfemas son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unidos a un lexema modifica su definición.

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general, el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al realizar un análisis gramatical de los signos en conflicto-

- Usualmente, en el lexema está ubicada la sílaba tónica.

- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión conceptual o ideológica. Los lexemas imprimen el significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio conceptual o ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar la existencia de riesgo de confusión o asociación entre los signos en conflicto.

c) Debe tenerse en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma ubicación, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Debe observarse el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

e) Debe determinarse cuál es el elemento que genera mayor influencia en la mente del consumidor, pues así podría apreciarse

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

cómo es percibida o captada la marca en el mercado.

Comparación entre signos denominativos compuestos

2.4. Cuando se advierte que los signos en conflicto son compuestos, con el propósito de realizar un adecuado cotejo se deberá analizar el grado de relevancia de las palabras que los componen y, sobre todo, su incidencia en la distintividad del conjunto de la marca. Para tal efecto, se deben aplicar los siguientes parámetros:

a) Ubicación de las palabras en el signo denominativo compuesto. La primera palabra genera más poder de recordación en el público consumidor.

b) Impacto en la mente del consumidor de conformidad con la extensión de la palabra. Las palabras más cortas por lo general tienen mayor impacto en la mente del consumidor.

c) Impacto en la mente del consumidor de conformidad con la sonoridad de la palabra. Entre más fuerte sea la sonoridad de la palabra, esta podría tener mayor impacto en la mente del consumidor.

d) Analizar si la palabra es evocativa y cuán fuerte es su proximidad en los productos o servicios que ampara el signo. Entre mayor sea la proximidad del signo evocativo con los productos o servicios que ampara, tendrá un mayor grado de debilidad. En este caso, la palabra débil no tendría relevancia en el conjunto.

e) Analizar si la palabra es genérica, descriptiva o de uso común. Las palabras genéricas, descriptivas o de uso común se deben excluir del cotejo de marcas.

f) Analizar el grado de distintividad de la palabra teniendo en cuenta otros signos ya registrados. Si la palabra que compone el signo es una marca notoriamente conocida, tendrá mayor relevancia. Si la palabra que compone un signo es el elemento estable de una marca derivada, o es el elemento que conforma una familia de marcas, tendrá mayor relevancia. Se debe analizar cualquier otra situación que le otorgue mayor distintividad para, de esta manera, determinar la relevancia en el conjunto.

Comparación entre signos mixtos

2.5. Los signos mixtos se componen de un elemento denominativo (una o varias letras, sílabas, palabras o números) y un elemento gráfico (trazos definidos o dibujos perceptibles visualmente, los cuales pueden adoptar varias formas, como emblemas, logotipos, íconos, etc.). La combinación de estos elementos al ser apreciada en su conjunto produce en el consumidor una idea integral sobre el signo, que le permite diferenciarlo de los demás signos existentes en el

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

mercado.

2.6. *En el análisis de signos mixtos se deberá determinar cuál de sus elementos -denominativo o gráfico- genera mayor influencia en la mente del consumidor. Así, la oficina nacional competente deberá determinar, en el caso concreto, si el elemento denominativo del signo mixto es el más relevante característico o determinante; o, si lo es el elemento gráfico, o si lo son ambos teniendo en cuenta para el efecto la capacidad expresiva propia del lenguaje escrito, el tamaño, color y ubicación de los elementos gráficos y si además el elemento gráfico es susceptible de evocar conceptos o si se trata únicamente de un elemento abstracto.*

2.7. *Al realizar el cotejo entre signos mixtos, se debe tomar en cuenta lo siguiente:*

a) *Si en los signos mixtos predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con las reglas indicadas en el párrafo 2.3. precedente.*

b) *Si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, y en los otros signos mixtos en conflicto prevalece el elemento denominativo sobre el gráfico, en principio no habría lugar a que se genere riesgo de confusión o asociación entre los signos, por lo que podrían coexistir pacíficamente en el ámbito comercial, salvo que los elementos gráficos y denominativos predominantes puedan evocar una misma idea o concepto, en cuyo caso podría generarse riesgo de confusión o asociación, lo que deberá determinarse en el caso concreto.*

2.8. *Es importante resaltar que la marca mixta es una unidad, para la cual se ha solicitado el registro, lo que incluye todos los elementos denominativos y gráficos que la componen. Cuando se otorga el registro de una marca mixta se la protege de manera integral y no a sus elementos por separado.*

2.9. *Si bien, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más relevante, característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia del lenguaje escrito, el cual por definición es pronunciable, ello no impide que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y ubicación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico, por lo general, suele ser de mayor importancia cuando evoca conceptos que cuando consiste simplemente en trazos o en un dibujo abstracto.*

Comparación entre signos mixtos y denominativos

2.10. *Al realizar la comparación entre signos mixtos y denominativos, se deberá identificar cuál es el elemento -denominativo o gráfico- más*

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

relevante, característico o determinante del signo mixto respectivo.

a) Si se determina que en el signo mixto respectivo el elemento gráfico genera mayor influencia en la mente del consumidor y, en consecuencia, es el aspecto más relevante, característico o determinante, deberá realizarse el cotejo de conformidad con reglas indicadas en el literal b) del párrafo 2.7, y párrafos 2.8 y 2.9 precedentes.

b) Si en el signo mixto respectivo predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con reglas indicadas en el párrafo 2.3. precedente.

“(...)” (Subrayado fuera del texto original)

De lo anterior se logra colegir que, dependiendo de la naturaleza del signo solicitado se deben seguir una serie de criterios específicos con el fin de resolver el conflicto planteado, sin perder de vista que, cuando se trata de una marca mixta, debe entenderse esta como una unidad, ya que cuando se otorga el respectivo registro, se le protege de manera integral y no a sus elementos por separado.

6.1.4. Análisis de las marcas “KING BOX” y “EL REY”.

Como la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina - TJCA- en al proceso de interpretación prejudicial 113-IP-2003, estableció que la naturaleza de una marca puede ser denominativa, gráficas o mixtas, la Sala estudiará las marcas mixtas “KING BOX” y “EL REY”, por lo que de conformidad con lo anteriormente expuesto, procederá a determinar cuál es el elemento (denominativo o gráfico) que genera mayor impacto para así escoger los criterios que le serán aplicables y posteriormente proceder con el cotejo respectivo.

De la revisión de las marcas en conflicto la Sala observa que, el elemento predominante es el denominativo, ya que este es el que tiene mayor influencia, impacto y recordación en el consumidor y por tal motivo se llevará

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

a cabo la comparación de las marcas objeto de cotejo teniendo en cuenta las reglas fijadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA-, aplicables a las marcas mixtas en donde predomina el elemento denominativo.

En el mismo sentido, como las marcas en conflicto se encuentran compuestas por un número plural de palabras, es necesario observar las reglas de comparación de los signos mixtos que cuentan con un elemento denominativo compuesto.

Por lo anterior, se considera necesario analizar la distintividad de los elementos que componen la marca mixta "KING BOX" y "EL REY", antes de proceder al cotejo, por lo que se debe realizar un "(...)" *análisis integral de los signos para determinar la relevancia de sus componentes en el conjunto y, sobre todo, su incidencia en su distintividad.*⁵

Por lo tanto, tal y como lo ha indicado el H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez⁶, se debe estudiar si las marcas en cuestión contienen elementos descriptivos, genéricos, evocativos o de uso común, para establecer su carácter distintivo y, posteriormente, realizar el cotejo, ya que, de contener partículas de estas características, las mismas se deben excluir del cotejo.

Así mismo, respecto a las expresiones de uso común, tanto el H. Consejo de Estado – Sección Primera como el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA⁷, han señalado que estas no pueden ser objeto de monopolio o dominio absoluto por persona alguna y que, por tanto, el titular de una

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial Proceso 321-IP-2015

⁶ H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez, Demandante: Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., Demandado: Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-, Radicado No. 11001-0324-000-2013-00571-00, Sentencia de fecha: ocho (8) de octubre de 2020.

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso de Interpretación Prejudicial 38-IP-2008.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

marca que incluya estos componentes no puede impedir que otros empresarios los utilicen. Adicional a lo anterior, en caso de conflicto marcario, las mencionadas palabras de uso común deben ser excluidas del cotejo.

Esta Corporación considera necesario traer a colación lo sostenido por el H. Consejo de Estado en cuanto a considerar que en la marca mixta “EL REY”, la palabra “EL” es de uso común, en la medida que se trata de un artículo gramatical definido por el Diccionario de la Real Academia Española como una “(...) clase de palabras que se antepone al sustantivo e indica si lo designado por este es o no conocido o consabido por los interlocutores, señalando, además, su género y su número (...)”⁸.

Por lo tanto, la palabra “EL” es un artículo definido o determinado que indica la entidad a la que se refiere el sustantivo es identificable por el receptor del mensaje. Por lo tanto, al tratarse de un artículo gramatical cuya utilización es común y necesaria para distintos empresarios en la composición de sus marcas, no puede ser apropiada ni objeto de dominio exclusivo por parte de nadie.

En el mismo sentido, para esta Sala es claro que el artículo “EL” es de uso común en la Clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, tal y como se evidencia en el Sistema de Información para la Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-, toda vez que, varias marcas registradas contienen dicho artículo, así:

Marca con expresión común “EL” en la Clase 35	Registro
“El” sabor de los barrios	230786
“El” comercio electrónico (lo demás)	289378

⁸ Diccionario de la Real Academia Española, sitio web: <https://www.rae.es/dpd/ayuda/terminos-linguisticos>. Consultado el 25 de septiembre de 2020

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

es explicativo)	
“EI” competidor	282368
“EI” gran establo – Coolechera	312593
“EI” arquitecto	288838
“EI” clavo	297992
“EI” club de wizzy y sus amigos	288002
“EI” establo	356011
“EI” madrugón	485440
“EI” roncador	354404
“EI” gigante de la moda	305496
“EI” cairo	307481
“(…)”	“(…)”

De lo antes indicado se considera que para efectos de realizar el cotejo de las marcas comparadas, respecto a la marca mixta “EL REY” debe excluirse el artículo “EL”, comoquiera que se trata de una partícula de uso común en la Clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza y porque se trata de una palabra que es necesaria y de uso común entre los comerciantes.

Idéntica situación sucede con las palabras “KING” y “BOX” de la marca concedida, comoquiera que de la revisión del SIPI, se obtienen los siguientes resultados:

Marca con expresión común “KING” en la Clase 35	Registro
Pelo “King”	19692
“King” aluminum	414354
Dollar “King”	488232
“King” andina	524695
Super “King” SK-FIT	641695
Colchones “King” line	622389

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

The “King”	611892
Candy “King” Express	633218
Mini “King”	622817
BKP Barber “King” pro	688669
Marca con expresión común “KING” en la Clase 35	Registro
Shopping “Box”	701504
“Box” Technology	715879
Desafío the “Box”	729163
Creative “Box”	731499
Honey play “Box”	735662

Por lo anterior la Sala considera que, al momento de la expedición de los actos administrativos demandados, las palabras “KING” y “BOX” eran de uso común dentro de la clase 35 de la Clasificación internacional de Niza, ya que era de uso común por parte de otros empresarios la utilización de dichas palabras.

Para tal efecto como en casos similares, se adoptará la posición adoptada por el H. Consejo de Estado – Sección Primera⁹ cuando el signo se reduce a un punto que hace imposible hacer una comparación, donde se indicó:

“La Sala concluye, conforme a lo anterior, que la partícula PC es de uso común en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza y, por lo tanto, no es un término de uso exclusivo.

No obstante lo anterior, esta Sección 10 ha precisado que no se puede realizar el estudio de las marcas en conflicto de manera fragmentada, sino que se debe hacer en conjunto, puesto que para el consumidor medio los signos no son recibidos de manera separada.

⁹ H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez, Demandante Colombia a de Comercio S.A., Demandado: Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-, Radicado No. 11001-03-24-000-2011-00179-00, Fecha: Doce (12) de noviembre de 2020.

¹⁰ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia proferida el 24 de octubre de 2019, C.P. Roberto Augusto Serrato Valdés, núm. único de radicación 11001032400020100026500.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

En ese sentido, la Sala considera que en concordancia con lo dispuesto por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, cuando se reduce el signo a tal punto que se hace imposible hacer una comparación, se pueden tener en cuenta dichos componentes, es decir, cuando la exclusión de palabras de uso común reducen el conjunto marcario de tal forma que no brinde elementos de juicio suficientes que permitan hacer la correspondiente comparación, se deberán cotejar los signos y marcas teniendo en cuenta el conjunto total de cada una. (Subrayado fuera del texto original)

De conformidad con lo anterior, se procederá a realizar el correspondiente cotejo teniendo en cuenta el conjunto total de cada una “KING BOX” y “REY” excluyendo el artículo “EL” de la marca opositora, comoquiera que dicha palabra corresponde al uso común de las marcas registradas.

6.1.4.1. Comparación Ortográfica.

A simple vista, al analizar las marcas de manera sucesiva y sin descomponer los elementos que conforman el conjunto del mismo, se observa que la concedida tiene dos (2) palabras, cinco (5) letras y, dos (2) vocales, y la segunda, tiene dos (2) letras y una (1) vocal, así:

MARCA REGISTRADA	KING BOX
	Palabras: Dos (2).
	Letras: Cinco (5).
MARCA OPOSITORA	Vocales: Dos (2).
	REY
	Palabras: Una (1).
	Letras: Dos (2).
	Vocales: Una (1).

De conformidad con lo anterior se tiene que, no existe una similitud ortográfica entre las marcas comparadas en atención a su composición, en la medida en que se diferencian en la extensión de la palabra, el número de letras y vocales, diferencias disminuyen la posibilidad de una posible similitud, así:

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

1	2	3	4	5	6	7	8
Letra	Vocal	Letra	Letra	Espacio	Letra	Vocal	Letra
K	I	N	G	-	B	O	X
Vocal	Letra	Espacio	Letra	Vocal	Letra	-	-
E	L	-	R	E	Y	-	-

6.1.4.2. Comparación fonética.

Tal y como lo recomienda el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina – TJCA- la similitud fonética se refiere a la semejanza de los sonidos del signo, por lo que para apreciarlo basta con pronunciarlos de viva voz y de manera sucesiva, así:

KING BOX – REY - KING BOX – REY - KING BOX – REY - KING BOX – REY
 - KING BOX – REY - KING BOX – REY - KING BOX – REY - KING BOX –
 REY - KING BOX – REY - KING BOX – REY - KING BOX – REY - KING BOX
 – REY - KING BOX – REY - KING BOX – REY - KING BOX – REY -

En este orden de ideas la Sala encuentra que, adicional a la falta de similitud ortográfica anteriormente expuesta, tampoco existe una similitud fonética, en la medida que la pronunciación de ambas marcas es totalmente diferente, toda vez que, la marca mixta “KING BOX” cuenta con dos (2) vocales y dos (2) palabras y la marca mixta “REY” con una (1ª) sola vocal y una (1ª) sola palabra, por tal motivo, las marcas comparadas no presentan una identidad o similitud fonética en su pronunciación.

6.1.4.3. Comparación ideológica.

La similitud ideológica o conceptual es relevante en aquellos eventos en los cuales las marcas tienen algún significado por lo que en el presente asunto

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

las palabras “REY” y su traducción al inglés “KING”, significan según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española a “(…)” *Monarca soberano de un reino.* “(…)”¹¹. Esta Corporación colige que, comoquiera que el significado no tiene relación alguna con los productos que identifica la sociedad demandante ni el tercero con interés de la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, se trata entonces de una marca arbitraria, es decir, aquellas cuyo significado no guarda relación con el producto.

En el mismo sentido, al analizarse el signo registrado de manera integral se tiene que la traducción de la palabra “BOX” significa “caja”, es decir, que “KING BOX” no tiene proximidad alguna con los productos o servicios que ampara la marca, ya que haría referencia a una caja de la realeza o de un monarca soberano.

Adicional a lo anterior si bien es cierto que la pabla “BOX” hace referencia a una caja, también lo es que, el certificado de registro otorgado a la sociedad Nuva Colombia S.A.S., hace referencia a “*Servicios de administración comercial para el procesamiento de ventas realizadas por internet de cajas por suscripción que contienen productos propios y de terceros, con excepción de productos alimenticios.*” (Subrayado fuera del texto original), situación que, al analizarse en conjunto, nada tiene que ver con la realeza o un monarca soberano, correspondiendo a una marca arbitraria.

6.1.4.4. Comparación gráfica o figurativa.

Finalmente, esta Sala procederá a estudiar las diferencias gráficas o figurativas de las marcas en conflicto, a saber, las siguientes:

¹¹ Sitio web: <https://dle.rae.es/rey?m=form>, consultado el catorce (14) de julio de 2023.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

1.	Distinto tipo de letra	Distinto tipo de letra
2.	Toda la imagen en color negro	La imagen contiene los colores rojo, blanco, amarillo, negro y dorado
3.	La figura principal es una caja alrevés con las tapas abiertas	La figura principal es un Rey
4.	La caja en la parte superior tiene tres (3) puntas o solapas	La corona del Rey tiene seis (6) puntas o solapas

Por lo precedente la Sala concluye que, tampoco existe identidad o similitud ideológica por parte de las marcas en controversia analizadas, comoquiera que se encuentran diferencias palmarias que hacen que sean distintas y no permiten el riesgo de confusión o asociación en los consumidores.

6.1.5. De las marcas “KING BOX” y “THE KING”.

Como la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina - TJCA- en al proceso de interpretación prejudicial 113-IP-2003, estableció que la naturaleza de una marca puede ser denominativa, gráficas o mixtas, la Sala estudiará las marcas mixtas “KING BOX” y “THE KING”, por lo que de conformidad con lo anteriormente expuesto, procederá a determinar cuál es el elemento (denominativo o gráfico) que genera mayor impacto para así escoger los criterios que le serán aplicables y posteriormente proceder con el cotejo respectivo.

De la revisión de las marcas en conflicto la Sala observa que, el elemento predominante es el denominativo, ya que este es el que tiene mayor influencia, impacto y recordación en el consumidor y por tal motivo se llevará a cabo la comparación de las marcas objeto de cotejo teniendo en cuenta las

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

reglas fijadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA-, aplicables a las marcas mixtas en donde predomina el elemento denominativo.

En el mismo sentido, como las marcas en conflicto se encuentran compuestas por un número plural de palabras, es necesario observar las reglas de comparación de los signos mixtos que cuentan con un elemento denominativo compuesto.

Por lo anterior, se considera necesario analizar la distintividad de los elementos que componen la marca mixta "KING BOX" y "THE KING", antes de proceder al cotejo, por lo que se debe realizar un "(...)" *análisis integral de los signos para determinar la relevancia de sus componentes en el conjunto y, sobre todo, su incidencia en su distintividad.*"¹².

Por lo tanto, tal y como lo ha indicado el H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez¹³, se debe estudiar si las marcas en cuestión contienen elementos descriptivos, genéricos, evocativos o de uso común, para establecer su carácter distintivo y, posteriormente, realizar el cotejo, ya que, de contener partículas de estas características, las mismas se deben excluir del cotejo.

Así mismo, respecto a las expresiones de uso común, tanto el H. Consejo de Estado – Sección Primera como el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina -TJCA¹⁴, han señalado que estas no pueden ser objeto de monopolio o dominio absoluto por persona alguna y que, por tanto, el titular de una marca que incluya estos componentes no puede impedir que otros

¹² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial Proceso 321-IP-2015

¹³ H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez, Demandante: Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., Demandado: Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-, Radicado No. 11001-0324-000-2013-00571-00, Sentencia de fecha: ocho (8) de octubre de 2020.

¹⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso de Interpretación Prejudicial 38-IP-2008.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

empresarios los utilicen. Adicional a lo anterior, en caso de conflicto marcario, las mencionadas palabras de uso común deben ser excluidas del cotejo.

Esta Corporación considera necesario traer a colación lo sostenido por el H. Consejo de Estado en cuanto a considerar que las palabras “THE” y “KING” son de uso común en la Clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, tal y como se evidencia en el Sistema de Información para la Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-, toda vez que, varias marcas registradas contienen dichas palabras, así:

Marca con expresión común “KING” en la Clase 35	Registro
Pelo “King”	19692
“King” aluminum	414354
Dollar “King”	488232
“King” andina	524695
Super “King” SK-FIT	641695
Colchones “King” line	622389
The “King”	611892
Candy “King” Express	633218
Mini “King”	622817
BKP Barber “King” pro	688669
Marca con expresión común “THE” en la Clase 35	Registro
POWERING “THE” PROJECT ECONOMY	693280
“THE” BEAST IN YOU IS THE BEST IN YOU	727784
“THE” BLACK BORO ENTERTAINMENT GRUOP	689674

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

“THE” NATURAL	725855
TAKE “THE” KEY	692570
“THE” ROSE	691720
“THE” CUSTOM CHEF	697355
TGC “THE” GIFT COMPANY	692702
“THE” CLIMATE PLEDGE	699091
“(…)”	“(…)”

Por lo anterior la Sala considera que, al momento de la expedición de los actos administrativos demandados, las palabras **“THE”**, **“KING”** y **“BOX”** (Como quedó demostrado en el análisis marcario antes realizado) eran de uso común dentro de la clase 35 de la Clasificación internacional de Niza, ya que eran comúnmente usados por parte de otros empresarios la utilización de dichas palabras.

Para tal efecto como en casos similares, se adoptará la posición adoptada por el H. Consejo de Estado – Sección Primera¹⁵ cuando el signo se reduce a un punto que hace imposible hacer una comparación, donde se indicó:

“La Sala concluye, conforme a lo anterior, que la partícula PC es de uso común en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza y, por lo tanto, no es un término de uso exclusivo.

No obstante lo anterior, esta Sección 16 ha precisado que no se puede realizar el estudio de las marcas en conflicto de manera fragmentada, sino que se debe hacer en conjunto, puesto que para el consumidor medio los signos no son recibidos de manera separada.

En ese sentido, la Sala considera que en concordancia con lo dispuesto por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, cuando se reduce el signo a tal punto que se hace imposible hacer una comparación, se pueden tener en cuenta dichos componentes, es

¹⁵ H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez, Demandante Colombia a de Comercio S.A., Demandado: Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-, Radicado No. 11001-03-24-000-2011-00179-00, Fecha: Doce (12) de noviembre de 2020.

¹⁶ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia proferida el 24 de octubre de 2019, C.P. Roberto Augusto Serrato Valdés, núm. único de radicación 11001032400020100026500.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

decir, cuando la exclusión de palabras de uso común reducen el conjunto marcario de tal forma que no brinde elementos de juicio suficientes que permitan hacer la correspondiente comparación, se deberán cotejar los signos y marcas teniendo en cuenta el conjunto total de cada una.” (Subrayado fuera del texto original)

De conformidad con lo anterior, se procederá a realizar el correspondiente cotejo teniendo en cuenta el conjunto total de cada una “KING BOX” y “THE KING”.

6.1.5.1. Comparación Ortográfica.

A simple vista, al analizar las marcas de manera sucesiva y sin descomponer los elementos que conforman el conjunto del mismo, se observa que la concedida tiene dos (2) palabras, cinco (5) letras y, dos (2) vocales, y la segunda, tiene cinco (5) letras y dos (2) vocales, así:

MARCA REGISTRADA	KING BOX
	Palabras: Dos (2).
	Letras: Cinco (5).
	Vocales: Dos (2).
MARCA OPOSITORA	THE KING
	Palabras: Dos (2).
	Letras: Cinco (5).
	Vocales: Dos (2).

De conformidad con lo anterior se tiene que, a primera vista las palabras guardan una relación ortográfica en la medida que tienen el mismo número de palabras, letras, vocales y extensión, no obstante lo anterior, al analizar la ubicación de cada letra y vocal se tiene que las mismas se encuentran ubicadas de la siguiente manera.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

Letra	Vocal	Letra	Letra	Espacio	Letra	Vocal	Letra
K	I	N	G	-	B	O	X
Letra	Letra	Vocal	Espacio	Letra	Vocal	Letra	Letra
T	H	E	-	K	I	N	G

Por lo anterior la Sala colige que, no existe una similitud ortográfica entre las marcas comparadas en atención a su composición, en la medida en que tanto las letras, las vocales y los espacios se encuentran ubicados dentro de las palabras en lugares diferentes, situación que implica una forma de escritura igualmente distinta, diferencias que disminuyen la posibilidad de una posible similitud.

6.1.5.2. Comparación fonética.

Tal y como lo recomienda el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina – TJCA- la similitud fonética se refiere a la semejanza de los sonidos del signo, por lo que para apreciarlo basta con pronunciarlos de viva voz y de manera sucesiva, así:

KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING
 - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING
 - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING
 - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING
 - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING - KING BOX – THE KING.

En este orden de ideas la Sala encuentra que, adicional a la falta de similitud ortográfica anteriormente expuesta, tampoco existe una similitud fonética, en la medida que la pronunciación de ambas marcas es totalmente diferente, toda vez que, tanto la ubicación de las letras como de las vocales hacen que sonoramente suene distinto, razón por la cual, las marcas comparadas no presentan una identidad o similitud fonética en su pronunciación.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

6.1.5.3. Comparación ideológica.

La similitud ideológica o conceptual es relevante en aquellos eventos en los cuales las marcas tienen algún significado por lo que en el presente asunto las palabras “KING” y su traducción al español, significan según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española a “(…)” *Monarca soberano de un reino.* “(…)”¹⁷. Esta Corporación se estará a lo analizado y resuelto en el numeral **6.1.4.3.**, de esta providencia, concluyendo que, al tratarse de marcas arbitrarias, tampoco existe similitud o riesgo de confusión algún y por tal motivo, este cargo no prospera.

6.2.4.4. Comparación gráfica o figurativa.

La similitud grafica o figurativa se estudió en precedencia, razón por la cual esta Corporación se estará a lo analizado y resuelto en el numeral **6.1.4.4.**, de esta providencia, concluyendo que, existen diferencias palmarias que no permites el riesgo de confusión o asociación entre las marcas estudiadas en conflicto.

6.2. SEGUNDO CARGO: LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DESCONOCIÓ LA ESPECIAL PROTECCIÓN QUE DEBE TENER UNA MARCA NOTORIA (LITERAL H, ARTÍCULO 136 DE LA DECISIÓN 486 DE 2000).

6.2.1 Fundamento:

La sociedad demandante considera que, entre los signos en estudio se configura el riesgo de confusión y/o asociación por lo que es imprescindible aclarar que estos riesgos se incrementan todavía más por cuanto los signos

¹⁷ Sitio web: <https://dle.rae.es/rey?m=form>, consultado el catorce (14) de julio de 2023.

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

confrontados distinguen los mismos servicios que son conexos y complementarios en el mercado, por lo que, el análisis que debió realizar la Superintendencia sobre la viabilidad de registro del signo “KING BOX” debía haber sido mucho más estricto.

Manifiesta que el signo solicitado pretende reivindicar servicios de administración comercial para el procesamiento de ventas realizadas por internet de la clase 35 internacional. Por su parte, las marcas registradas “THE KING” (Exp. No. SD2017/0103519) y EL REY, (Exp. No. SD2017/0103527) también están registradas en la clase 35 para distinguir entre otras cosas, “*administración comercial*”, “*administración en negocios comerciales*” y, “*servicios de administración comercial para el procesamiento de ventas realizadas por internet*”.

De acuerdo con reciente Jurisprudencia del Tribunal Andino de Justicia, para determinar si existe vinculación, conexión, o relación entre productos corresponde considerar el grado de similitud de los signos en cotejo y cualquiera de los criterios de intercambiabilidad, complementariedad o razonabilidad.

En el presente caso los servicios identificados por los signos enfrentados se encuentran dentro de la misma Clasificación Internacional de Niza, comparten los mismos canales de distribución o comercialización, medios de publicidad, finalidad, función, género o naturaleza, es claro que podrían sustituirse y complementarse unos con otros, pues son los mismos: “*Servicios de administración comercial para el procesamiento de ventas realizadas por internet*”.

De acuerdo a los criterios de conexidad anteriormente citados, sin duda alguna existe una estrecha relación entre los productos y servicios reivindicados por las marcas enfrentadas, por lo cual, es perfectamente

<i>EXPEDIENTE No.</i>	<i>25000-23-41-000-2022-00355-00</i>
<i>DEMANDANTE</i>	<i>FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.</i>
<i>DEMANDADO</i>	<i>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-</i>
<i>TERCERO CON INTERÉS</i>	<i>NUVA COLOMBIA S.A.S.</i>
<i>MEDIO DE CONTROL</i>	<i>NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)</i>

posible que un consumidor relacione una marca que incluye la expresión KING / REY y que reivindique servicios de la clase 35 internacional, con la marca registrada EL REY / THE KING, sobre todo en consideración de la confusión ortográfica, fonética y conceptual entre los signos.

Lo anterior permitía constatar, de suyo y sin necesidad de argumentos adicionales, la negación de plano del signo “KING BOX”, habida cuenta, claramente, de la coincidencia de en la mencionada Clase 35 y por supuesto, de su insalvable parecido, en grado de confusión, derivada de la traducción y de la reproducción íntegra que de los conceptos, gráficos e ideas distintivas de la marca notoria EL REY / THE KING, en el signo erróneamente concedido.

Esta similitud de los signos genera como consecuencia un riesgo de confusión inaceptable según las disposiciones de los literales a) y h) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, confusión e irregistrabilidad que no fueron aceptadas y debidamente evaluadas por le Entidad demandada, quien aplicó e interpretó indebidamente la Normativa Andina y la jurisprudencia Andina.

6.2.2 Contestación al cargo:

La apoderada judicial de la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC- manifestó que, en el presente punto, tampoco le asiste razón a la parte demandante teniendo en cuenta que, La notoriedad de un signo no supeditada a su registro ante la Oficina Nacional Competente. La protección otorgada por el registro de una marca tramitada ante la Superintendencia de Industria y Comercio, como Oficina Nacional Competente en los términos de la Decisión 486 de 2000, es de carácter constitutivo, esto significa que solamente surge el derecho agotadas exitosamente las etapas requeridas para expedir una resolución de concesión. Sin embargo, un fenómeno de

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

protección que puede darse como complementario radica en la protección que tiene una marca por ser notoriamente conocida y cumplir con una serie de factores tales como su grado de conocimiento en el sector pertinente, duración, amplitud y extensión de su uso y promoción; valor económico del signo, los ingresos que haya generado a su titular, su inversión en publicidad, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido.

No obstante, un fenómeno de protección que puede darse como complementario radica en la protección que tiene una marca por ser notoriamente conocida y cumplir con una serie de factores tales como su grado de conocimiento en el sector pertinente, duración, amplitud y extensión de su uso y promoción; valor económico del signo, los ingresos que haya generado a su titular, su inversión en publicidad, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido. La Decisión 486 de 2000 como Régimen Común de Propiedad Industrial, no se limita a un registro marcario cuando se refiere a la notoriedad; por el contrario, la normatividad comunitaria siempre se refiere a un signo notoriamente conocido, siendo amplio en su definición pues aplicaría para cualquier signo distintivo y no exclusivamente para marcas (lemas, nombres comerciales, marcas de certificación, entre otros). De esta manera, el artículo 229 de la Decisión 486 expresamente manifiesta: *“No se negará la calidad de notorio a un signo por el solo hecho que no esté registrado o en trámite de registro en el País Miembro o en el extranjero”*.

Reitera la posibilidad que tienen los Países Miembros de la Comunidad Andina para establecer si el régimen de protección de los nombres comerciales se decanta por un registro o depósito. Independientemente del sistema utilizado, un nombre comercial, una marca, o incluso un signo que no cuente con protección mediante registro, puede ser notorio. Piénsese en el evento en que un empresario cuente con un registro marcario nominativo,

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

pero su explotación económica, su esfuerzo publicitario y la recordación generada en el sector pertinente está acompañada de un diseño particular. Así dicho diseño no se encuentre debidamente registrado, no podría desconocerse que este signo merece una protección especial y de ser reconocido como notorio, será impedimento para que terceros puedan acceder a la protección como marca de conformidad con lo dispuesto en el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486. Por otra parte, podrá tratarse de un empresario que tenga múltiples registros marcarios pero su notoriedad se reconozca a través de la explotación y recordación de uno de los registros. Esto no significa que todo el portafolio marcario de este empresario sea considerado como notorio.

Así las cosas, la notoriedad no necesariamente está supeditada a un registro marcario *per se*, menos en la totalidad de los registros de un empresario, pues puede consistir en el signo registrado con una cobertura diferente, con múltiples productos, puede tratarse de un diseño visual que no está registrado como marca, pero que identifica determinado producto dentro del sector pertinente, diseño con el que más contacto tiene el consumidor y que genera los niveles de recordación suficientes para este tipo de protección.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en ninguna causal de irregistrabilidad establecida en la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Finalmente indica que, la Corte ha señalado que la buena fe es un principio que de conformidad con el artículo 83 de la Carta Política se presume y conforme con este: (i) las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deben estar gobernadas por el principio de buena fe y; (ii) ella se presume en las actuaciones que los particulares adelanten ante las autoridades públicas, es decir en las relaciones jurídico administrativas, pero dicha presunción solamente se desvirtúa con los mecanismos consagrados

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

por el ordenamiento jurídico vigente, luego es simplemente legal y por tanto admite prueba en contrario. También ha considerado que en tanto la buena fe ha pasado de ser un principio general de derecho para transformarse en un postulado constitucional, su aplicación y proyección ha adquirido nuevas implicaciones, en cuanto a su función integradora del ordenamiento y reguladora de las relaciones entre los particulares y entre estos y el Estado, y en tanto postulado constitucional, irradia las relaciones jurídicas entre particulares, y por ello la ley también pueda establecer, en casos específicos, esta presunción en las relaciones que entre ellos se desarrollen.

6.2.3. Consideraciones de la Sala

Respecto a la notoriedad de una marca cuando la misma es objeto de análisis (“KING BOX”), y cumple con el requisito de distintividad, la Sala seguirá la tesis adoptada por el H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez¹⁸, donde al respecto en un caso similar, sostuvo:

“(…)”

87. La Sala señala que, en los actos administrativos acusados, la parte demandada reconoció el carácter de notoriedad de la marca mixta EL REY, y extendió el reconocimiento de dicha notoriedad hasta el mes de enero de 2012 después de hacer una valoración integral de las pruebas aportadas por la parte demandante en el trámite administrativo.

*88. No obstante lo anterior, la Sala recuerda que esta Sección consideró, en providencia de 1.º de diciembre de 2017¹⁹, **que resulta irrelevante estudiar los cargos relacionados con la notoriedad de una marca cuando la marca objeto de análisis cumple con el requisito de distintividad.** En efecto, indicó:*

¹⁸ H. Consejo de Estado – Sección Primera, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez, Demandante: Fábrica de Especias y Productos el Rey S.A., Demandado: Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-, Radicado No. 11001-0324-000-2013-00571-00, Sentencia de fecha: ocho (8) de octubre de 2020.

¹⁹ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera; sentencia de 1 de diciembre de 2017, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez, núm. único de radicación 11001032400020100007600

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

“[...] la sociedad actora alegó la notoriedad de la marca “BECEL” (mixta); sin embargo, este argumento se torna irrelevante debido a que se encuentra establecida la distintividad de la marca “GOURMET BALANCE” (mixta), lo que permite afirmar que no existe la posibilidad de un aprovechamiento indebido del prestigio del que goza la marca “BECEL” (mixta), como también lo determinó esta Sección en la sentencia anteriormente citada²⁰:

“[...] En lo concerniente a que la marca mixta de la actora es notoriamente conocida, y a las pruebas que se allegaron para demostrarlo, **la Sala estima que ello es irrelevante, pues el análisis efectuado anteriormente, permite afirmar que no existe posibilidad de aprovechamiento indebido del prestigio del que goza su marca “BECEL”, como quiera que priman las diferencias estructurales entre las marcas en conflicto,** conforme lo señaló esta Sección en la sentencia de 11 de febrero de 2010 (Expediente núm. 2004-00376, Actora: Procesadora Nacional Cigarrillera S.A., Consejero ponente doctor Marco Antonio Velilla Moreno), cuando razonó así:

‘...para la Sala, es irrelevante que la marca “BELMONT” sea una marca notoriamente conocida, pues el análisis efectuado anteriormente, permite afirmar que no existe posibilidad de aprovechamiento indebido de su reputación, como tampoco que el signo “DU MONT” pudiese causarle perjuicio respecto a su fuerza distintiva, ya que priman las diferencias estructurales de una y otra marca sobre la pobre similitud observada en las mismas. **Además, porque para que la notoriedad de una marca tenga la debida protección respecto a otras de menor rango o comunes, se requiere condicionalmente que exista el riesgo de confusión o de asociación con ese tercero de acuerdo con lo previsto en el artículo 136 literal h) de la Decisión 486, que se reitera, no se presenta en esta oportunidad**’.

Por consiguiente, la Sala considera que no son de recibo los argumentos de la actora con relación a la notoriedad de su signo [...]’.
(Destacado fuera del texto)

89. En este orden de ideas, la Sala considera que **no es procedente estudiar el cargo de violación del literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 relacionado con la notoriedad de la marca mixta EL REY con registro núm. 341343 que identifica productos de la Clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza, cuyo titular es la parte demandante; comoquiera que fue establecida la distintividad de la marca mixta RY y la inexistencia de un riesgo de confusión o de asociación entre las marcas cotejadas, de manera que, independientemente de la notoriedad de la marca mixta EL REY,**

²⁰ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera; sentencia de 14 de abril de 2016, C.P. Dra. María Elizabeth García González, núm. único de radicación 11001032400020100007500

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

la marca concedida no constituiría una reproducción, imitación, traducción o transcripción total o parcial de la marca EL REY que genere un riesgo de confusión o de asociación, aprovechamiento injusto del prestigio, o dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario. En ese sentido, no se encuentra configurada la causal de irregistrabilidad contenida en el literal h) de la Decisión 486.”

De conformidad con lo anterior se tiene que, resulta irrelevante estudiar los cargos relacionados con la notoriedad de una marca cuando la marca objeto de análisis cumple con el requisito de distintividad, comoquiera que, no existe la posibilidad de un aprovechamiento indebido del prestigio del que goza la marca notoria ya que priman las diferencias estructurales entre los signos en conflicto.

Lo anterior guarda mayor relevancia si se tiene en cuenta que, para que la notoriedad de una marca tenga la debida protección respecto a otras de menor rango o comunes, se requiere condicionalmente que exista el riesgo de confusión o de asociación que, para el presente asunto, tal y como se estudió en el primer cargo de la demanda, no se presenta, ya que al haberse realizado el cotejo en conjunto de las marcas “KING BOX” y “EL REY / THE KING”, se estableció la diferencia ortográfica, fonética, conceptual y gráfica.

Finalmente es importante indicar que, como se indicó en el estudio al primer cargo de la demanda, si bien es cierto la palabra “KING” traduce “Rey”, también lo es que, al ser marcas arbitrarias y de uso común por parte de los comerciantes, no pueden ser objeto de apropiación y por tal motivo debían excluirse del cotejo marcario a realizar, situación que permitió a la Sala establecer al analizarse en conjunto que, no existía riesgo de confusión o de asociación.

6.3. CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS DEL CARGO DE NULIDAD

Comoquiera que no prosperaron los cargos de nulidad formulados en contra

EXPEDIENTE No.	25000-23-41-000-2022-00355-00
DEMANDANTE	FÁBRICA DE ESPECIAS Y PRODUCTOS EL REY S.A.
DEMANDADO	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SIC-
TERCERO CON INTERÉS	NUVA COLOMBIA S.A.S.
MEDIO DE CONTROL	NULIDAD RELATIVA (PROPIEDAD INDUSTRIAL)

de los actos administrativos acusados, la Sala negará las pretensiones de la demanda y, no condenará en costas.

En mérito de lo expuesto, el **TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CUNDINAMARCA, SECCIÓN PRIMERA, SUBSECCIÓN "A"**, administrando justicia en nombre de la República y por autoridad de la ley,

F A L L A

PRIMERO. - NIÉGANSE las pretensiones de la demanda, por las razones expuestas en la parte motiva de esta sentencia.

SEGUNDO. - Sin condena en costas.

TERCERO. - ARCHÍVESE el expediente, previa ejecutoria.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.

Aprobado en sesión realizada en la fecha.²¹

(Firmado electrónicamente)
CLAUDIA ELIZABETH LOZZI MORENO
Magistrada

(Firmado electrónicamente)
LUIS MANUEL LASSO LOZANO
Magistrado

(Firmado electrónicamente)
FELIPE ALIRIO SOLARTE MAYA
Magistrado

²¹ *CONSTANCIA: La presente providencia fue firmada electrónicamente por los Magistrados que integran la Subsección "A" de la Sección Primera del Tribunal Administrativo de Cundinamarca, en la plataforma electrónica SAMAI; en consecuencia, se garantiza la autenticidad, integridad, conservación y posterior consulta de conformidad con el artículo 186 de la Ley 1437 de 2011 CPACA.*