

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 69871

Ref. Expediente N° SD2025/0016529

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 26 de febrero de 2025, **MONSANTO TECHNOLOGY LLC**, solicitó el registro de la Marca **VT PRO 4** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062, **VITAPRO S.A.** presentó oposición con fundamento en: Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

(...) Como quedará demostrado a lo largo de este escrito, al realizar el análisis ortográfico y fonético entre las marcas VT PRO 4 y VITAPRO, así como de los productos que cada una identifica, es posible concluir que el signo pretendido carece de distintividad suficiente para diferenciarse de la marca de mi representada, por lo que los consumidores percibirán de forma errónea que:

- i) Los productos que pretende amparar la marca VT PRO 4 (Nominativa) son conexamente competitivos a los productos que identifica mi representada, VITAPRO S.A. con su marca VITAPRO (Nominativa);*
- ii) La marca VT PRO 4 (Nominativa) se trata de una nueva marca que mi representada pretende introducir en el mercado para identificar productos conexamente competitivos; o que,*
- iii) Aun logrando diferenciar el origen empresarial de las marcas en cuestión, consideren erróneamente que entre MONSANTO TECHNOLOGY LLC y VITAPRO S.A. existe algún tipo de relación o vinculación económica.*

Lo anterior es particularmente relevante, ya que las percepciones erróneas que el registro de la marca VT PRO 4 (Nominativa) generaría en los consumidores se ven aún más acentuadas al considerar la realidad del mercado, donde la marca previamente registrada VITAPRO (Nominativa) mantiene una presencia amplia y consolidada por parte de mi representada.

(...) el signo solicitado VT PRO 4 es sustancialmente similar a la marca VITAPRO, pues además de reproducir gran parte de las letras que las compone, V/T/P/R/O, no contiene elementos adicionales que revistan al signo solicitado de la distintividad intrínseca solicitada por la norma y, la suficiente fuerza distintiva para que el consumidor la diferencie de la marca previamente registrada VITAPRO.

(...) Ahora, solicito al examinador tener en cuenta que, entre la marca solicitada y la registrada previamente por mi representada bajo la expresión VITAPRO, existen similitudes ortográficas innegables que son susceptibles de generar riesgo de confusión y/o asociación. Lo anterior, debido a que la marca solicitada reproduce casi en su totalidad la marca previa a nombre de mi poderdante, sin que la inclusión del número 4 al final sea lo suficientemente distintivo para

¹ 31: Semillas para la agricultura.

Ref. Expediente N° SD2025/0016529

desvirtuar la confundibilidad.

(...) Se debe tener en cuenta que la marca registrada VITAPRO (Nominativa) actualmente cuenta con gran recordación en la mente del consumidor, por lo que la marca solicitada VT PRO 4 (Nominativa) será innegablemente asociada o confundida con la previamente registrada, en especial si se tiene en cuenta que el signo pretende amparar productos conexamente competitivos con los que actualmente comercializa mi representada con su marca VITAPRO (Nominativa) en el mercado colombiano.

(...) Así las cosas, debe señalarse que la marca solicitada VT PRO 4 (Nominativa), tiene importantes coincidencias con la marca previamente registrada VITAPRO (Nominativa), pues si se analiza la sobreposición de sus elementos ortográficos, tenemos que los signos son casi idénticos en sus letras y fragmentos, generando la impresión inmediata de confusión.

	1	2	3	4	5	6	7
Marca previamente registrada:	V	I	T	A	P	R	O
Marca solicitada:	V		T		P	R	O 4
	✓	X	✓	X	✓	✓	X
	1	2	3	4	5	6	

(...) Como se pudo evidenciar, las marcas cotejadas, en sus elementos distintivos comparten una secuencia consonántica idéntica (V-T-P-R / V-T-P-R) y prácticamente la misma longitud (7/6). En este sentido, la omisión de las letras “I” y “A” en la marca solicitada no resulta suficiente para disipar el riesgo de confusión entre los signos, ya que los elementos predominantes y distintivos de ambas marcas específicamente las letras “V,” “T,” “P,” “R,” “O” se conservan en el mismo orden secuencial o fonético similar, lo cual refuerza la semejanza visual y auditiva. Además, la presencia del número “4” al final del signo solicitado no añade un distintivo relevante que permita al consumidor promedio percibirla como un signo completamente diferente, especialmente considerando la práctica común del uso de cifras en variantes comerciales o líneas de producto

(...) Esta similitud no solo crea una conexión ortográfica, sino que también puede inducir al público a asumir que ambas marcas están vinculadas de alguna manera. Al compartir elementos distintivos tan similares, se podría generar la percepción de que VT PRO 4 (Nominativa) es una extensión o una línea de productos asociada a la marca VITAPRO (Nominativa). En el mercado, la percepción y la memoria del consumidor son elementos esenciales, y la presencia de expresiones tan parecidas como VITAPRO / VTPRO en ambas marcas podría llevar a una asociación errónea, creando una impresión de vínculo o afiliación comercial entre ambas marcas.

(...) En efecto, al pronunciar el elemento distintivo de los signos de manera sucesiva y alternativa, se observa que ellos se escuchan de forma sustancialmente similares, conforme el elemento distintivo en ambas marcas, al ser pronunciado en voz alta, es prácticamente idéntico. Lo anterior, se puede evidenciar en la fonetización que se presenta a continuación:

MARCA SOLICITADA	MARCA REGISTRADA
VT PRO 4 <i>bt 'pro</i>	VITAPRO <i>βi'tapro⁶</i>

De acuerdo con la fonetización anterior, al pronunciar ambas expresiones en voz alta, “VT PRO” suena muy similar, casi idéntico a “VITAPRO”. Esto se debe a que las letras “V” y “T” en “VT”, al ser pronunciadas en secuencia, generan un sonido que fonéticamente se asemeja notablemente a “VI-TA”, especialmente en el flujo natural del habla cotidiana. En efecto, la “V” se pronuncia como una



Ref. Expediente N° SD2025/0016529

consonante /β/ o /v/, que en muchos contextos del español latinoamericano puede sonar muy similar a la /b/ suave; mientras que la “T”, al seguir inmediatamente a la “V”, produce un efecto de continuidad que se percibe como una sílaba compacta, semejante a “TA”. Así, la combinación “V-T” termina asimilándose auditivamente a “VI-TA”.

(...) En este contexto, debe subrayarse que la omisión de las vocales “I” y “A” en la expresión “VT PRO” no produce una diferenciación fonética efectiva frente a “VITAPRO”. Por el contrario, dicha omisión resulta prácticamente imperceptible en la oralidad, ya que el oído humano tiende a completar sonidos ausentes con base en estructuras lingüísticas conocidas. En particular, el oído del consumidor promedio, al enfrentarse a una secuencia consonántica como “VT”, la interpreta naturalmente como una sílaba completa similar a “Vita”, especialmente al estar seguida del término “PRO”, que refuerza la familiaridad de la construcción sonora.

(...) En tal sentido, en el ejercicio real del mercado, no se le permitiría al consumidor identificar el origen empresarial de los productos identificados bajo la marca VT PRO 4 (Nominativa) y los de la marca previamente registrada VITAPRO (Nominativa) dado que la alta similitud ortográfica y fonética existente entre estas, no permite asimilar la marca solicitada como un signo nuevo, sino como una derivación de la marca previamente registrada, con lo cual, el consumidor se verá inmerso de forma directa en error, al no contar las marcas con elementos distintivos que permitan al consumidor identificar e individualizar en el mercado los productos que identifican.

(...) En el presente caso, existe una relación de complementariedad evidente entre las semillas para la agricultura y los alimentos para animales, dado que ambos productos hacen parte de una misma cadena productiva. Las semillas agrícolas representan el insumo primario necesario para obtener diversos cultivos, muchos de los cuales son utilizados justamente como base para la elaboración de alimentos destinados a animales. Así, quien se dedica a la producción de alimentos para animales, necesariamente depende del acceso a materias primas de origen agrícola que se obtienen a partir del uso de semillas, como el maíz, la soya, el trigo, entre otros. De este modo, el uso de uno de los productos — los alimentos para animales — genera la necesidad del otro —las semillas—, cumpliéndose así el criterio de complementariedad en los términos definidos por la jurisprudencia.

(...) Aplicado al caso concreto, esta visión funcional permite observar que ciertos productos agrícolas, como el maíz, el sorgo o la soya, tienen una vocación dual: pueden ser utilizados tanto como semillas destinadas a la siembra como también materias primas o ingredientes de alimentos para animales, dependiendo de variables como su presentación, grado de tratamiento, certificación fitosanitaria o destino comercial. Esta versatilidad en el uso demuestra que existe una intercambiabilidad práctica entre ambas categorías de producto, pues en escenarios agropecuarios reales no se trata de compartimentos estancos, sino de usos complementarios o alternativos dentro de un mismo sistema de producción.

Asimismo, desde el punto de vista del mercado, ambos tipos de producto se comercializan frecuentemente en los mismos establecimientos especializados (tiendas agropecuarias, cooperativas rurales, distribuidores agrícolas), se dirigen al mismo público consumidor (productores, ganaderos, agricultores) y se publicitan en los mismos canales. Esta confluencia en el entorno comercial refuerza la percepción de conexión entre los productos y, en consecuencia, aumenta el riesgo de asociación indebida entre los signos marcarios que los identifican.

Ref. Expediente N° SD2025/0016529

(...) En el presente caso, también se cumple el criterio de razonabilidad en tanto que, considerando la realidad del mercado agropecuario, resulta plenamente posible que un consumidor asuma que las semillas para la agricultura y los alimentos para animales provienen de un mismo origen empresarial. Esta percepción se basa en que ambos productos se enmarcan en el mismo sector económico —el agropecuario— y suelen estar involucrados en etapas sucesivas dentro de una misma cadena de producción, lo que lleva al consumidor a vincularlos como parte de una oferta integral.

Además, es frecuente que las empresas dedicadas al sector agrícola amplíen su portafolio hacia la producción o comercialización de productos complementarios, como lo son los alimentos para animales. De esta manera, el consumidor medio, sin necesidad de un análisis especializado, puede encontrar razonable que una misma empresa que cultiva o vende semillas también ofrezca productos derivados de esos cultivos, como concentrados o mezclas alimenticias para animales. La cercanía funcional y sectorial entre las coberturas genera una expectativa natural de procedencia común.

Que dentro del término concedido para tal efecto, **MONSANTO TECHNOLOGY LLC**, dio respuesta a la oposición argumentando:

(...) 3.1. DERECHOS PREVIOS DE MONSANTO TECHNOLOGY LLC

Debe tenerse en cuenta que mi representada, MONSANTO TECHNOLOGY LLC, es titular legítima de los signos VT TRIPLE PRO en la clase 31 para “semillas agrícolas” (Reg. No. 582058) y en la clase 1 para “genes para uso en la producción de semillas agrícolas” (Reg. No. 582042), con registros vigentes1:

 16120987	582058	VT Triple PRO	02 ene. 2028	Registrada	MONSANTO TECHNOLOGY LLC	31	765
 16120978	582042	VT Triple PRO	02 ene. 2028	Registrada	MONSANTO TECHNOLOGY LLC	1	765

(...) En este contexto, es claro que no existe ninguna intención de generar confusión ni de obtener indebidas ventajas en relación con derechos de terceros. Por el contrario, la solicitud de la marca VT PRO 4 (nominativa) persigue amparar productos plenamente coherentes con aquellos que MONSANTO ya identifica en el mercado, en línea con su posicionamiento y con el reconocimiento que la denominación VT PRO ya tiene en el sector agrícola.

(...) Tanto “VITA” como “PRO” son términos que, por su propia naturaleza, no son apropiables en forma exclusiva dentro del mercado de productos agrícolas. Se trata de expresiones de uso común, ampliamente empleadas por distintos actores en el comercio, especialmente en la clase 31. Por tanto, carecen de la capacidad para conferir, en sí mismos, un monopolio marcario legítimo en favor de VITAPRO S.A.

(...) El vocablo “VITA” es de uso ampliamente extendido en el mercado para productos alimenticios, agrícolas o naturales; por su parte, la expresión “PRO” constituye igualmente un componente genérico, utilizado con alta frecuencia en signos de la clase 31 y otras clases conexas.

(...) Por tanto, pretender que el registro de VT PRO 4 (nominativa) debe ser negado únicamente por la supuesta presencia de las partículas “VITA” y “PRO”, que ni siquiera aparecen en su forma completa en el signo solicitado, es una posición insostenible. Las coincidencias en vocablos de uso común no generan un riesgo real de confusión para el consumidor, ni pueden servir como argumento válido para impedir el legítimo registro solicitado por mi poderdante.



Ref. Expediente N° SD2025/0016529

(...) Así, su Despacho debe considerar que la marca solicitada por mi mandante, desde un punto de vista ortográfico, está conformada de la siguiente manera:

Marca solicitada	Composición
VT PRO 4	Sílabas: 4 (V-T-PRO-4)
	Vocales: 1 (O)
	Consonantes: 4 (V-T-P-R)

(...) Así, aunque es cierto que ambos signos comparten algunas letras, es fundamental subrayar que VT PRO 4 es una expresión segmentada, construida con iniciales (V y T), la palabra PRO y un número (4), que se percibe y se pronuncia de manera claramente distinta a la marca oponente VITAPRO.

El signo solicitado VT PRO 4 (nominativo) es entendido y articulado por el consumidor como un nombre técnico o codificado (por ejemplo, Ve-Te Pro Cuatro), con un ritmo pausado y segmentado, propio de marcas formadas por letras y números en el sector agrícola, donde este tipo de construcciones son frecuentes para designar tecnologías, versiones o líneas de producto.

Por el contrario, la marca VITAPRO corresponde a una palabra completa, continua y fluida, compuesta por tres sílabas: VI-TA-PRO. Se trata de una unidad léxica de pronunciación natural, que fluye como un solo término y que genera en el consumidor una impresión sonora y estructural totalmente diferente.

(...) En el plano fonético, la diferencia es aún más marcada. Mientras que VT PRO 4 se articula con una cadencia propia de secuencias de letras (iniciales), palabras sueltas y cifras (Ve-Te / Pro / Cuatro), la marca VITAPRO produce un sonido continuo y armónico.

(...) Las diferencias en estructura, ritmo, articulación y configuración ortográfica son claras y suficientes para descartar cualquier posibilidad de confusión.

(...) Por un lado, la marca de la opositora VITAPRO sugiere de manera inmediata ideas asociadas a salud, vitalidad o nutrición. La partícula “VITA” evoca la noción de “vida” (...) Por su parte, “PRO” aporta connotaciones de utilidad o mejora

(...) En cambio, la marca solicitada VT PRO 4 (nominativa) está conformada por una combinación de elementos de fantasía (VT + 4) y un elemento arbitrario (PRO). Esta estructura no transmite un concepto específico, ni sugiere valores emocionales o mensajes asociados a bienestar, salud o nutrición, como sí lo hace VITAPRO. Por el contrario, el conjunto VT PRO 4 actúa como un signo distintivo de fantasía y no evoca una idea concreta en la mente del consumidor, de manera que no guarda relación conceptual alguna con la marca opositora.

(...) En este caso, al analizar los productos que identifican los signos enfrentados, es evidente que no existe conexidad competitiva alguna entre ellos.

La marca solicitada VT PRO 4 (nominativa) se presenta para identificar semillas para la agricultura, es decir, productos destinados a la siembra y cultivo de plantas, cuya finalidad es claramente agrícola, con una naturaleza y un uso bien definidos en el marco de la producción agropecuaria.

Por su parte, la marca opositora VITAPRO ampara alimentos para animales, productos de naturaleza distinta, elaborados para la nutrición de animales domésticos o de producción.

(...) • Naturaleza y uso de los productos: Las semillas para la agricultura tienen



Ref. Expediente N° SD2025/0016529

como función primordial la siembra y producción vegetal, mientras que los alimentos para animales están destinados a la nutrición animal. Son productos que pertenecen a fases distintas de la cadena agroalimentaria, sin que exista sustitución ni uso conjunto entre ellos.

- *Canales de comercialización: Los productos amparados por VT PRO 4 (nominativa) (ie., semillas agrícolas) suelen comercializarse a través de distribuidores especializados en insumos agrícolas, cooperativas agrarias, y canales propios del sector agroindustrial. En cambio, los alimentos para animales se distribuyen por medio de cadenas comerciales enfocadas en la nutrición animal, agrotiendas, veterinarias y mayoristas en el ramo pecuario.*
- *Público objetivo: El público que adquiere semillas agrícolas está compuesto por productores agrícolas, ingenieros agrónomos y agricultores especializados. Por su parte, los alimentos para animales están dirigidos a ganaderos, avicultores, propietarios de animales domésticos o explotaciones pecuarias, entre otros perfiles distintos.*
- *Finalidad y función: Los productos enfrentados responden a propósitos diferentes dentro de la cadena productiva. Las semillas son el insumo inicial para generar cultivos, mientras que los alimentos para animales son el producto final que se utiliza directamente en la alimentación de animales. No existe complementariedad funcional ni posibilidad de sustitución entre ellos.*

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

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

Ref. Expediente N° SD2025/0016529

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	VITAPRO	VITAPRO S.A.	13257555	10	35	Marca	Registrada	15 oct. 2034
Nominativa	VITAPRO	VITAPRO S.A.	13256391	10	31	Marca	Registrada	31 mar. 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Los signos opositores
VT PRO 4 (Nominativa)	VITAPRO (Nominativa)

Jurisprudencia

Comparación entre signos denominativos

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

- a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.
- b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.
- c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0016529

En el análisis o confrontación entre signos denominativos, como los antes citados, su comparación deberá atender las siguientes reglas, adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina⁴:

“1. Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

*2. Se establecer 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.⁵ Como ejemplo tenemos el lexema **deport** en **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ólogo**, **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**.*

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.⁶

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 hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- *Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

3. Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

4. Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

5. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

6. Se debe determinar si existe un elemento preponderante o relevante en ambos signos (...).⁷

Análisis comparativo

⁴ Consultar sentencias dictadas en los procesos N° 27-IP-2016, 156-IP-2005 y 200-IP-2013, entre otras.

⁵ RAE: Unidad mínima con significado léxico que no presenta morfemas gramaticales; p.ej. sol. O que poseyéndolos prescinde de ellos por un proceso de segmentación, p.ej.: terr en enterrais

⁶ RAE:

1. m. Gram. Unidad mínima aislable en el análisis morfológico. La palabra mujeres contiene dos morfemas: mujer y -es.

2. m. Gram. Por oposición a lexema, **morfema** gramatical; p. ej., de, no, yo, el, -ar, -s, -ero.

3. m. Gram. Unidad mínima de significado. La terminación verbal -mos contiene dos morfemas: persona, primera, y número, plural.

⁷ TJCA Proceso N° 27-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0016529

El signo solicitado es de naturaleza nominativa compleja y se encuentra conformado por las partículas **TV PRO 4**. Por su parte, las marcas opositoras son de naturaleza nominativa simple y se encuentra conformada por la expresión VITAPRO.

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

Como se logra evidenciar, el signo solicitado no se encuentra conformado por una sola denominación, sino por tres elementos diferentes: en primer lugar las letras VT que no transmiten ninguna idea; a ella se acompaña la partícula de uso común PRO; y finalmente el número 4. Por ende, la percepción del consumidor respecto del signo solicitado no estará asociada a un solo elemento, sino a tres partes que, al ser independientes, se perciben en su individualidad. A diferencia de lo anterior, los signos opositores presentan importantes diferencias en todos los campos, puesto que consisten en una sola palabra conformada por la unión de dos partículas con conceptos claros y diferenciadores que, en su conjunto, proporcionan una percepción ideológica particular que no transmite el signo solicitado, dado que la raíz VITA esta relacionada con VIDA, y la partícula PRO, como una ventaja, por ende, un producto pro en aportar vida o vitalidad. Además, se debe pronunciar de manera conjunta, al ser una sola expresión, bajo tres sílabas, con tres vocales y, por ende, en tres golpes de voz.

Ahora, no es posible asumir que las letras VT se perciban de manera semejante a VITA, porque no es así, y precisamente la diferencia conceptual existente entre ellas permite establecer una clara diferencia en el mercado, dado que la percepción ideológica que transmiten los signos opositores no se genera en el caso del signo solicitado.

Aunado a lo anterior, las letras VT se pronuncian como VE-TE, resultando fonéticamente diversa a la partícula VITA, en la medida en que cambian las vocales que son las encargadas de otorgar sonoridad a los términos. Así, la coincidencia en la sola partícula PRO no puede ser precepto de negación de los signos, máxime si se tiene en cuenta que, al corresponder a una expresión laudatoria, hay varios signos que la incorporan en sus registros.

Es decir que, analizados en su conjunto, esta Dirección observa que la única coincidencia entre estos signos es una expresión evocativa, la cual se debe tomar como partícula débil respecto de los productos a identificar.

Sin embargo, es posible apreciar que los elementos adicionales que acompañan la partícula evocativa en el signo solicitado, como son las letras VT y el número 4, son suficientes para otorgarle la distintividad necesaria para que el consumidor pueda individualizar cada signo sin que se genere confusión.

Finalmente, resulta pertinente mencionar que el solicitante actualmente cuenta con los siguientes certificados de registro que contienen en su conformación tanto las letras VT como la partícula PRO, y las cuales coinciden pacíficamente en el mercado con las marcas fundamento de oposición, lo cual demuestra la ausencia de confundibilidad existente entre ellas:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Nominativa	VT Triple PRO	MONSANTO TECHNOLOGY LLC	16120987	10	31	Marca	Registrada

Resolución N° 69871

Ref. Expediente N° SD2025/0016529

Nominativa	VT Triple PRO	MONSANTO TECHNOLOGY LLC	16120978	10	1	Marca	Registrada
------------	---------------	-------------------------	----------	----	---	-------	------------

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Adicionalmente, visto el Sistema de Información de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por **VITAPRO S.A.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **VT PRO 4** (Nominativa).

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

31: Semillas para la agricultura.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: MONSANTO TECHNOLOGY LLC
800 N. Lindbergh Boulevard Mail Zone E1NA
SAINT LOUIS 63167 MISSOURI
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a **MONSANTO TECHNOLOGY LLC**, solicitante del registro y a **VITAPRO S.A.** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 12 de septiembre de 2025



Ref. Expediente N° SD2025/0016529

DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

