

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 73448

Ref. Expediente N° SD2025/0003794

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 20 de enero de 2025, DeLaval Holding AB, solicitó el registro de la Marca TITAN (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1057, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

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

¹ 5: Desinfectantes; preparaciones para lavado e inmersión de pezones; preparaciones desinfectantes y suavizantes para la protección de pezones y ubres; productos de lavado para pezones y desinfectantes para pezones.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0003794

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.

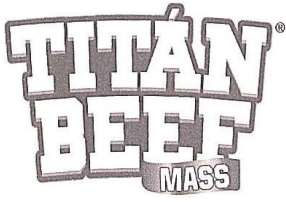
Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencias
Nominativa	NATURA TRENDS TITAN COFFEE	Edwin Andrés Restrepo Devia	SD2024/0075803	12	5	Marca	Bajo Examen de Fondo	29.jul.2024
Mixta	TITAN PLUS	Newlab Nutrition Ltda	SD2024/0086354	12	5	Marca	Bajo Examen de Fondo	13.ene.2025
Mixta	TITÁN BEEF MASS	Newlab Nutrition Ltda	15303057	10	5	Marca	Registrada	24.oct.2026
Mixta	TITÁN ARMY	Newlab Nutrition Ltda	15303060	10	5	Marca	Registrada	10.nov.2026
Nominativa	METATITANE	LABORATORIOS REMO S.A.S	921529365	7	5	Marca	Registrada	04.feb. 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
TITAN	

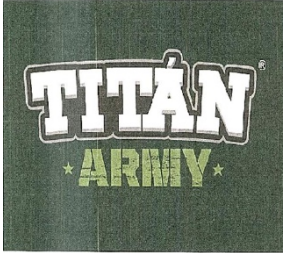
•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

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

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



Ref. Expediente N° SD2025/0003794

	 NATURA TRENDS TITAN COFFEE, METATITANE
--	---

Jurisprudencia

El Tribunal Andino de Justicia, en el Proceso 0118-IP-2013, ha sostenido que:

“Al momento de realizar la comparación entre dos signos denominativos, el examinador debe tomar en cuenta los siguientes criterios: Se debe analizar cada signo en su conjunto, es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta, las sílabas o letras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, ya que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado. Se debe igualmente precisar acerca de 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. Se debe observar el orden de las vocales, pues esto indica la sonoridad de la denominación. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, porque esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.

El Tribunal Andino de Justicia, en Proceso 0123-IP-2013, señaló que:

“Los signos denominativos llamados también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formados por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable y que pueden o no tener significado conceptual. Este tipo de signos se subdividen en: sugestivos que son los que tienen una connotación conceptual que evoca ciertas cualidades o funciones del producto identificado por el signo; y arbitrarios que no manifiestan conexión alguna entre su significado y la naturaleza, cualidades y funciones del producto que va a identificar. En la

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° SD2025/0003794

comparación entre signos denominativos, sean simples o compuestos, el Tribunal ha manifestado que los signos deben ser observados en conjunto y con la totalidad de los elementos que lo integran, sin descomponer su unidad fonética y gráfica, teniendo en cuenta la totalidad de las sílabas y letras que forman los vocablos de las marcas en pugna, sin perjuicio de destacar aquellos elementos dotados de especial eficacia diferenciadora, atribuyendo menos valor a los que ofrezcan disminuyan dicha función. Para realizar esta labor, se considera que el Juez Consultante deberá tener presente que: 4. Se considerarán semejantes las marcas comparadas cuando la sílaba tónica de las mismas ocupa la misma posición y es idéntica o muy difícil de distinguir. 5. La sucesión de las vocales en el mismo orden habla a favor de la semejanza de las marcas comparadas porque la sucesión de vocales asume una importancia decisiva para fijar la sonoridad de una denominación. 6. En el análisis de las marcas denominativas hay que tratar de encontrar la dimensión más característica de las denominaciones confrontadas: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor y determina, por lo mismo, la impresión general que la denominación va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección considera que los signos analizados **TITAN/ NATURA TRENDS TITAN COFFEE/TITAN PLUS/TITÁN BEEF MASS/TITÁN ARMY** y **METATITANE** resultan confundibles en razón de la coincidencia en el vocablo “**TITAN**”, el cual constituye el núcleo distintivo de los signos confrontados.

El examen ortográfico y fonético evidencia que la secuencia de letras y vocales “T-I-T-A-N”, reproducida de manera íntegra y bajo el mismo orden, genera una similitud relevante entre los signos. Los acompañantes “COFFEE”, “PLUS”, “BEEF MASS”, “ARMY” y “META” no logran modificar de forma sustancial la percepción global del consumidor, en tanto se limitan a desempeñar funciones descriptivas, evocativas o accesorias. Por ello, el elemento común “TITAN” mantiene la fuerza distintiva y domina la impresión de conjunto.

En consecuencia, la semejanza ortográfica, fonética y conceptual derivada de la coincidencia en el vocablo “TITAN” configura un riesgo de confusión y/o de asociación indirecta en el mercado, lo que impide considerar que el signo solicitado sea suficientemente diferenciable respecto del antecedente marcario.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos⁴.

⁴ 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

Ref. Expediente N° SD2025/0003794

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 5: Desinfectantes; preparaciones para lavado e inmersión de pezones; preparaciones desinfectantes y suavizantes para la protección de pezones y ubres; productos de lavado para pezones y desinfectantes para pezones.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes:

Productos

SD2024/0075803 **Clase 5:** Bebidas nutricionales en cuanto suplementos alimenticios; suplementos alimenticios; suplementos alimenticios dietéticos; suplementos alimenticios para seres humanos; suplementos alimenticios proteicos en polvo; suplementos dietéticos y nutricionales; suplementos nutricionales; bebidas nutricionales para uso dietético; complementos dietéticos para la alimentación humana; alimentos y bebidas dietéticos para uso médico; bebidas nutricionales en cuanto complementos alimenticios; bebidas utilizadas como complementos dietéticos.

SD2024/0086354 **Clase 5:** Complementos alimenticios a base de proteínas de suero de leche; proteínas de suero de leche en cuanto a suplementos alimenticios; proteínas de suero de leche en polvo en cuanto a suplementos nutricionales; proteínas de suero de leche [suplementos alimenticios]; suplementos alimenticios para humanos; suplementos alimenticios para personas; suplementos de proteína de suero de leche; suplementos nutricionales.

15303057 **Clase 5:** Suplemento dietario, productos fitoterapéuticos, productos farmacéuticos para consumo humano.

15303060 **Clase 5:** Suplemento dietario, productos fitoterapéuticos, productos farmacéuticos para consumo humano.

921529365 **Clase 5:** Productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos; productos dietéticos para niños y enfermos; emplastos; material para vendajes; materiales para empastar dientes y para imprimir dentales; desinfectantes; preparaciones para destruir las malas hierbas y los animales dañinos.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 5 (Sustituibilidad e Identidad)

Esta Dirección, luego de realizar el estudio de registrabilidad correspondiente, concluye que entre el signo solicitado y los signos previamente registrados se configura conexidad competitiva por identidad y sustituibilidad, en la medida en que ambos abarcan productos de la misma naturaleza. En efecto, el signo solicitado pretende amparar productos

(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° SD2025/0003794

farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario, así como alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario; mientras que los signos registrados protegen suplementos alimenticios dietéticos, suplementos dietarios, productos fitoterapéuticos y productos farmacéuticos.

En este análisis, la identidad es literal, dado que las coberturas coinciden de manera exacta en su denominación y contenido, sin requerir interpretaciones extensivas ni inclusión por género. Esta correspondencia plena en la descripción de los productos demuestra que comparten la misma naturaleza, finalidad y función, satisfaciendo idénticas necesidades del consumidor.

Desde la perspectiva del público consumidor, estos bienes están dirigidos tanto a pacientes y consumidores finales, interesados en mantener o recuperar su salud mediante el uso de suplementos y medicamentos, como a profesionales de la salud (médicos, nutricionistas, veterinarios) que los prescriben o recomiendan.

En cuanto a los canales de comercialización, se observa que los productos en cuestión son distribuidos principalmente a través de farmacias, droguerías, establecimientos especializados en nutrición y dietética, tiendas naturistas, grandes superficies y, en algunos casos, mediante prescripción médica directa. Esta coincidencia en los puntos de venta y distribución refuerza la percepción de que provienen de un mismo origen empresarial.

En consecuencia, la identidad y sustitución existente entre las coberturas, sumada a la coincidencia de público y canales de comercialización, configura un alto riesgo de confusión y de asociación indebida en el mercado, lo que justifica la configuración de la conexidad competitiva entre los signos confrontados.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos de los titulares de los signos previamente registrados como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causa de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca TITAN (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por DeLaval Holding AB, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a DeLaval Holding AB, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

⁵ 5: Desinfectantes; preparaciones para lavado e inmersión de pezones; preparaciones desinfectantes y suavizantes para la protección de pezones y ubres; productos de lavado para pezones y desinfectantes para pezones.

Resolución N° 73448

Ref. Expediente N° SD2025/0003794

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución, archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 19 de septiembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS