

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 86847

Ref. Expediente N° SD2025/0027376

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que por escrito presentado el día 27 de marzo de 2025, **Shenzhen Lianchuang Future Technology Co., Ltd.** solicitó el registro de la Marca **VTT** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 8 y 10 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1064, 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**

<sup>1</sup> **8:** Tundidoras [instrumentos de mano]; planchas de gofrado; pulidores de uñas no eléctricos; cuchillos; esquiladoras [instrumentos de mano]; neceseres de afeitar; taladradoras de mano accionadas manualmente; tijeras; planchas para alisar el cabello; aparatos de depilación láser que no sean para uso médico; maquinillas de afeitar eléctricas; maquinillas para cortar la barba; cortaúñas eléctricos o no; aparatos de depilación eléctricos o no; planchas eléctricas para alisar el cabello; aparatos de mano para rizar el cabello; rizadores de pestañas; hojas de afeitar; procesadores de alimentos accionados manualmente; maquinillas eléctricas o no para cortar el cabello. **10:** Almohadas contra el insomnio; artículos ortopédicos; pistolas de masaje eléctricas; aparatos para masajes estéticos; aparatos de fisioterapia; dispositivos de ayuda auditiva; nebulizadores para uso médico; prótesis; aparatos e instrumentos médicos; aparatos dentales eléctricos; esfigmomanómetros; vibradores; láseres para uso médico; aparatos de ejercicio físico para uso médico; aparatos eléctricos para tratamientos faciales estéticos, que no sean vaporizadores faciales; aparatos e instrumentos quirúrgicos; mascarillas de ledes para uso terapéutico; juguetes sexuales; monitores de composición corporal; aparatos de masaje.

Ref. Expediente N° SD2025/0027376

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero<sup>2</sup>, esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada<sup>3</sup>.

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 marca previamente registrada y solicitada

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                  | Vigencia |
|-------|-------|---------------------------------------|----------------|------|-------|---------|-------------------------|----------|
| Mixta | vitt  | STRATEGOS<br>MEDICAL<br>SOLUTIONS SAS | SD2024/0071321 | 12   | 44    | Marca   | Bajo Examen<br>de Fondo |          |

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

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

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

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

<sup>3</sup> 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.

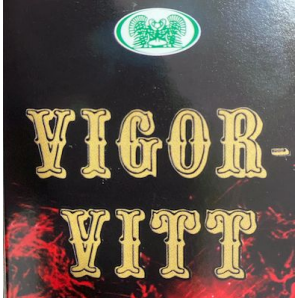
**c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad).** Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0027376

|       |            |                                      |                |    |   |       |            |            |
|-------|------------|--------------------------------------|----------------|----|---|-------|------------|------------|
| Mixta | VIGOR-VITT | JHON BAIRO<br>HERNANDEZ<br>JARAMILLO | SD2021/0084613 | 11 | 5 | Marca | Registrada | 02/03/2032 |
|-------|------------|--------------------------------------|----------------|----|---|-------|------------|------------|

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                                | La marca previamente solicitada y registrada                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <br> |

Jurisprudencia

En lo que comprende con la comparación entre marcas mixtas el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

*“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.*

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

*“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.*

Ref. Expediente N° SD2025/0027376

### Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado **VTT** reproduce la parte relevante del signo antecedente **vitt**, **VIGOR-VITT**, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para su plena diferenciación.

Al confrontar los signos desde los planos visual y fonético, se observa que el signo solicitado “VTT” se encuentra parcialmente contenido en los signos antecedentes **VITT** y **VIGOR VITT**, concretamente en su elemento distintivo “VITT”, compartiendo la misma estructura “V”, secuencia consonántica V-T-T.. La única diferencia radica en la ausencia de la vocal “I” en el signo solicitado, lo cual no resulta suficiente para generar una diferenciación efectiva, dado que dicha letra no altera de manera sustancial la percepción global ni la sonoridad de la denominación.

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 productos y/o servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

Dentro de los productos a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

**Clase 10:** Almohadas contra el insomnio; artículos ortopédicos; pistolas de masaje eléctricas; aparatos para masajes estéticos; aparatos de fisioterapia; dispositivos de ayuda auditiva; nebulizadores para uso médico; prótesis; aparatos e instrumentos médicos; aparatos dentales eléctricos; esfigmomanómetros; vibradores; láseres para uso médico; aparatos de ejercicio físico para uso médico; aparatos eléctricos para tratamientos faciales estéticos, que no sean vaporizadores faciales; aparatos e instrumentos quirúrgicos; mascarillas de ledes para uso terapéutico; juguetes sexuales; monitores de composición corporal; aparatos de masaje.

El signo previamente registrado identifica:

<sup>4</sup> 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 (dentrífico) 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° SD2025/0027376

**Expediente**

**Productos y servicios**

**SD2024/0071321** (44): Análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; asesoramiento y consulta sobre estilo de vida para fines médicos; chequeos médicos; consultoría en productos farmacéuticos y médicos; consultoría sobre asistencia médica prestada por médicos y otro personal médico especializado; cuidados médicos, higiénicos y de belleza; elaboración de informes sobre temas médicos; exámenes médicos; prestación de servicios médicos; servicios de acondicionamiento físico en cuanto servicios médicos; servicios de análisis médicos; servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; servicios médicos de orientación psicológica; asistencia de enfermería a domicilio; servicios de cuidados de enfermería a domicilio; servicios de salud a domicilio; suministro de servicios de salud a domicilio.

**SD2021/0084613** (5): Productos farmacéuticos; preparaciones y sustancias medicinales; preparaciones químicas para uso medicinal; preparaciones de fitoterapia para uso médico; extractos de plantas para uso médico; bebidas medicinales; extractos de hierbas medicinales para uso médico; extractos de hierbas medicinales.

***Criterio de razonabilidad (posibilidad razonable de provenir del mismo empresario).***

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la **razonabilidad** entre los productos.

Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado *“(…) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial”*.

Al comparar los productos comprendidos en la clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza, que pretende amparar el signo solicitado, con los productos y servicios identificados por los signos previamente registrados en las clases 5 y 44, se advierte que, si bien pertenecen a diferentes clases, estas se encuentran relacionadas competitivamente.

En efecto, los productos que pretende distinguir el signo solicitado, tales como almohadas contra el insomnio, artículos ortopédicos, aparatos e instrumentos médicos, dispositivos de ayuda auditiva, nebulizadores, prótesis, aparatos de masaje, mascarillas de ledes para uso terapéutico y aparatos eléctricos para tratamientos faciales estéticos, tienen como finalidad común el tratamiento o alivio de dolencias físicas, lo cual los relaciona directamente con los servicios médicos, de análisis clínico, tratamientos terapéuticos, servicios de fisioterapia, cuidados de enfermería y consultoría en salud que amparan los signos registrados en la clase 44.

Del mismo modo, los productos farmacéuticos, preparaciones medicinales y extractos de hierbas para uso médico comprendidos en la clase 5 guardan un vínculo f con los productos médicos y aparatos terapéuticos de la clase 10, puesto que todos se utilizan dentro del mismo campo de aplicación: la prevención, diagnóstico y tratamiento de afecciones humanas. Además, suelen provenir de un mismo origen empresarial o de empresas

Ref. Expediente N° SD2025/0027376

relacionadas, como laboratorios farmacéuticos, fabricantes de dispositivos médicos o grupos dedicados al cuidado de la salud.

En consecuencia, en aplicación el principio de razonabilidad, puede afirmarse que el público consumidor podría atribuir un mismo origen empresarial a los productos y servicios, dado que éstos convergen en el ámbito médico-sanitario, se dirigen a un mismo tipo de consumidor (pacientes, profesionales de la salud o público interesado en el bienestar físico) y se distribuyen a través de canales comerciales coincidentes, como farmacias, clínicas, centros médicos o tiendas especializadas en salud.

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

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

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a la clase 8 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

*“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.*

*La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)*

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

### RESUELVE

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca **VTT** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por **Shenzhen Lianchuang Future Technology Co., Ltd.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar de esta resolución a **Shenzhen Lianchuang Future Technology Co., Ltd.**, 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.

**ARTÍCULO TERCERO:** En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

### Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 27 de octubre de 2025

Ref. Expediente N° SD2025/0027376



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**