

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 88747

Ref. Expediente N° SD2025/0002029

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 14 de enero de 2025, INDULACTEOS DE COLOMBIA S.A.S, solicitó el registro de la Marca FRUTIVIDA (Mixta) para distinguir productos servicios comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1056, 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 irregistrabilidad 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 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

¹ 32: Bebidas a base de jugo de aloe; bebidas a base de jugo de ananás; bebidas a base de jugo de arándano; bebidas a base de jugo de ciruela ahumada; bebidas a base de jugo de frutas; bebidas a base de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de jugo de tomate; bebidas a base de jugos de berros de agua; bebidas a base de jugos de mastuerzos de agua; bebidas a base de jugos de uva; bebidas con gas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas de jugo de uva; bebidas de jugos de frutas sin alcohol; bebidas espumosas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas no alcohólicas que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol a base de jugo de hortalizas; bebidas sin alcohol a base de jugo de uva; bebidas sin alcohol que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol que contienen jugos vegetales; concentrados de jugos de frutas; cordial de jugo de lima; cordiales de jugo de grosella negra; cordiales de jugo de lima; jugo de ananás; jugo de apio [bebidas]; jugo de arándanos; jugo de caña de azúcar; jugo de coco; jugo de coco [bebidas]; jugo de espinacas [bebidas]; jugo de fresa; jugo de hierba de trigo [bebidas]; jugo de kiwi; jugo de lima kaffir; jugo de lima para la elaboración de bebidas; jugo de limón [bebidas]; jugo de limón para la elaboración de bebidas; jugo de naranja; jugo de pasto de trigo [bebidas]; jugo de pepino; jugo de tomate [bebida]; jugo de uva; jugo de yacón [bebidas]; jugos a base de fruta congelados; jugos de berros de agua [bebidas]; jugos de fruta [bebidas]; jugos de fruta concentrados; jugos de fruta congelados; jugos de fruta mezclados; jugos de frutas; jugos de frutas [bebidas]; jugos de frutas concentrados; jugos de frutas congelados; jugos de frutas mezclados; jugos de mastuerzos de agua [bebidas]; jugos de sandía; jugos vegetales [bebidas]; mezclas de jugos de frutas; preparaciones para jugos de frutas; sirope de jugo de grosella negra; sirope de jugo de lima.

Ref. Expediente N° SD2025/0002029

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, 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 marca previamente registrada

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
Nominativa	FRUTI VIVE 100%	QUALA INC	16047326	10	32	Marca	Registrada	06/12/2026
Nominativa	FRUTIVITA	AROMASYNT S.A.S.	SD2019/0033624	11	29	Marca	Registrada	23/11/2029

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.

•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° SD2025/0002029

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	FRUTI VIVE 100% FRUTIVITA

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados **FRUTIVIDA** (Mixta) Vs **FRUTI VIVE 100% / FRUTIVITA** (carácter Nominativa), al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea son ortográfica y fonéticamente semejantes, así:

Inicialmente, se determina que, a partir de los signos “**FRU-TI-VI-DA / FRU-TI -VI-VE-100%**”, se extrae que el signo solicitado reproduce parcialmente las expresiones que conforman la marca registrada **FRUTI VIVE 100%**, especialmente el prefijo “FRUTI” y La sílaba “VI” de la raíz “VIVE”, sin que la variación que surge al sustituir la sílaba “VE” por la sílaba “DA” , acompañada del elemento gráfico, compuesta por una naranja dentro de un círculo y un diseño particular en la grafía de la denominación del signo solicitado, sean determinantes para dotarlo de fuerza distintiva en el mercado, además las primeras sílabas de los signos enfrentados generan mayor recordación en el público consumidor,



Ref. Expediente N° SD2025/0002029

lo que refuerza la idea de que este signo sea una variación o que se encuentra asociado a las marcas en conflicto por haber similitudes frente a esta expresión.

De igual manera, al comparar “**FRU-TI-VI-DA / FRU-TI-VI-TA**”, en su conjunto de manera sucesiva y no simultánea, se observa que presentan similitudes ortográficas susceptibles de inducir en riesgo de confusión o de asociación al consumidor, en tanto que el signo solicitado reproduce la raíz léxica de la marca registrada, sin que la variación de la última sílaba “**DA**” por la sílaba “**TA**”, logre diluir las evidentes semejanzas en su estructura gramatical.

De ahí que, las similitudes señaladas en el aspecto nominativo pueden llevar al consumidor promedio a percibir los signos de manera muy similar, y considerar que, en razón al elemento arbitrario coincidente en ambos, el signo solicitado es una variación de las marcas previamente registradas.

Sumado a ello, se percibe que los signos son fonéticamente semejantes, dado que los vocablos de las marcas registradas (**FRUTI VIVE 100% / FRUTIVITA**) requieren de un ejercicio de articulación y acentuación muy semejante con el signo pretendido **FRU/TI/VI/DA**, al ser pronunciados de manera sucesiva, suscitando en el público el riesgo de confusión o de Asociación.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

32: Bebidas a base de jugo de aloe; bebidas a base de jugo de ananás; bebidas a base de jugo de arándano; bebidas a base de jugo de ciruela ahumada; bebidas a base de jugo de frutas; bebidas a base de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de jugo de tomate; bebidas a base de jugos de berros de agua; bebidas a base de jugos de mastuerzos de agua; bebidas a base de jugos de uva; bebidas con gas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas de jugo de uva; bebidas de jugos de frutas sin alcohol; bebidas espumosas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas no

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 (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° SD2025/0002029

alcohólicas que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol a base de jugo de hortalizas; bebidas sin alcohol a base de jugo de uva; bebidas sin alcohol que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol que contienen jugos vegetales; concentrados de jugos de frutas; cordial de jugo de lima; cordiales de jugo de grosella negra; cordiales de jugo de lima; jugo de ananás; jugo de apio [bebidas]; jugo de arándanos; jugo de caña de azúcar; jugo de coco; jugo de coco [bebidas]; jugo de espinacas [bebidas]; jugo de fresa; jugo de hierba de trigo [bebidas]; jugo de kiwi; jugo de lima kaffir; jugo de lima para la elaboración de bebidas; jugo de limón [bebidas]; jugo de limón para la elaboración de bebidas; jugo de naranja; jugo de pasto de trigo [bebidas]; jugo de pepino; jugo de tomate [bebida]; jugo de uva; jugo de yacón [bebidas]; jugos a base de fruta congelados; jugos de berros de agua [bebidas]; jugos de fruta [bebidas]; jugos de fruta concentrados; jugos de fruta congelados; jugos de fruta mezclados; jugos de frutas; jugos de frutas [bebidas]; jugos de frutas concentrados; jugos de frutas congelados; jugos de frutas mezclados; jugos de mastuerzos de agua [bebidas]; jugos de sandía; jugos vegetales [bebidas]; mezclas de jugos de frutas; preparaciones para jugos de frutas; sirope de jugo de grosella negra; sirope de jugo de lima.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 16047326 Clase 32: Bebidas sin alcohol; bebidas energizantes, bebidas de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

Expediente SD2019/0033624 Clase 29: Barritas de aperitivo a base de semillas y frutos secos orgánicos; frutos secos aromatizados; frutos secos condimentados; frutos secos confitados; frutos secos con cáscara; frutos secos pelados; frutos secos preparados; frutos secos procesados; frutos secos tostados; mezclas de alimentos para picar compuestas de frutas deshidratadas y frutos secos procesados; mezclas de alimentos para picar compuestas de frutas procesadas, frutos secos procesados o uvas pasas; picadillo de frutos secos y especias [mincemeat] elaborado con frutas; pastas de frutas deshidratadas; rodajas de fruta deshidratada; alimentos para picar a base de frutos secos; barritas de aperitivo a base de semillas y frutos secos; coberturas de frutos secos; mantequilla de frutos secos; pastas para untar a base de frutos secos.

Relación entre los productos clase 32 solicitada con productos de clase 32 registrada, Expediente 16047326- Principio de Razonabilidad.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra una relación de conexidad, en razón al criterio de razonabilidad, toda vez que es posible que ambos grupos de productos de bebidas a base de jugos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de elementos que pertenecen al mismo género, el de los productos de bebidas sin alcohol para el consumo.

De esta manera, atendiendo a los factores de conexión competitiva, se logra evidenciar que ambos signos identifican productos de bebidas para el consumo, que se encuentran ubicados en la misma clase de la nomenclatura internacional, relacionándose plenamente, pues en este caso en particular los productos de bebidas están dirigidos a un mismo sector de consumidores, los cuales se encuentran en el signo pretendido *“Bebidas a base de jugo de aloe; bebidas a base de jugo de ananás; bebidas a base de jugo de arándano; bebidas a base de jugo de ciruela ahumada; bebidas a base de jugo de frutas; bebidas a base de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de jugo de tomate; bebidas a base de jugos de berros de agua; bebidas a base de jugos de mastuerzos de agua; bebidas a base de jugos de uva; bebidas con gas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas de jugo de*

Ref. Expediente N° SD2025/0002029

frutas, azúcar y agua; bebidas de jugo de uva; bebidas de jugos de frutas sin alcohol; bebidas espumosas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas no alcohólicas que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol a base de jugo de hortalizas; bebidas sin alcohol a base de jugo de uva; bebidas sin alcohol que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol que contienen jugos vegetales; concentrados de jugos de frutas;...”entre otros, y el signo previamente registrado distingue “*Bebidas sin alcohol; bebidas energizantes, bebidas de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.*” que etiquetados en el mercado difícilmente podrían atribuir un origen empresarial diferente, por tanto, estos productos alimenticios al tener la misma naturaleza y finalidad, puede llevar al consumidor a asumir que las mismas son producidas o comercializadas por un mismo empresario que ha ampliado su negocio, cumpliendo el criterio de razonabilidad, especialmente dispuesto en la jurisprudencia IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

De esta forma, existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de bienes comestibles principalmente productos de bebidas para el consumo, cuando los mismos se distribuyan, comercialicen, se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

Así las cosas, es dable la posibilidad de que los productos de uno y otro signo sean ofrecidos por el mismo empresario, determinando la posibilidad real de que el público pertinente se vea inducido en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales del mercado, ya que no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector de elaboración y comercialización de bebidas sin alcohol para el consumo, busque ampliar su esquema de negocios e incursione en otro tipo de productos del mismo sector, por lo que el consumidor razonablemente entenderá que quien se encarga de una serie de elementos o prestaciones ahora incursione en otro afín. Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado.

Análisis de conexidad competitiva entre la clase 32° solicitada y clase 29° Registrada Expediente SD2019/0033624- Principio de Razonabilidad.

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 relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, considerando que la marca que sirve de antecedente distingue bebidas de cervezas, entre los cuales podemos encontrar “*Barritas de aperitivo a base de semillas y frutos secos orgánicos; frutos secos aromatizados; frutos secos condimentados; frutos secos confitados; frutos secos con cáscara; frutos secos pelados; frutos secos preparados; frutos secos procesados; frutos secos tostados; mezclas de alimentos para picar compuestas de frutas deshidratadas y frutos secos procesados; mezclas de alimentos para picar compuestas de frutas procesadas, frutos secos procesados o uvas pasas; picadillo de frutos secos y especias [mincemeat] elaborado con frutas; pastas de frutas deshidratadas; rodajas de fruta deshidratada; alimentos para picar a base de frutos secos; barritas de aperitivo a base de semillas y frutos secos; coberturas de frutos secos; mantequilla de frutos secos; pastas para untar a base de frutos secos*”, de la clase 29 Internacional y en cuanto al signo solicitado, pretende identificar “*Bebidas a base de jugo de frutas, a base de vegetales, de aloe...*” entre otros, en la clase 32. Por consiguiente, las bebidas sin alcohol y productos alimenticios a base de frutas, identificados en cada uno de los signos enfrentados, suponen una misma finalidad alimenticia en el mercado,

Ref. Expediente N° SD2025/0002029

lo que lleva al consumidor a asumir que las mismas son producidas o comercializadas por un mismo empresario que ha ampliado su negocio, cumpliendo el criterio de razonabilidad.

De esta manera, dado el tipo de establecimientos en los que se ponen a disposición los productos distinguidos en la clase 29 del signo registrado en el Exp. SD2019/0033624, como los productos pretendidos en la clase 32 por el signo solicitado, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

A lo anterior, debe sumarse el hecho que existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de productos para el consumo cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo. En este caso, por tratarse de productos que por su naturaleza suelen promocionarse en medios masivos y en los establecimientos mediante material para las estanterías y puntos de venta, comparten los mismos medios de promoción y publicidad.

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 ofrecidos en el mercado.

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca FRUTIVIDA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por INDULACTEOS DE COLOMBIA S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a INDULACTEOS DE COLOMBIA S.A.S, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para

⁵ 32: Bebidas a base de jugo de aloe; bebidas a base de jugo de ananás; bebidas a base de jugo de arándano; bebidas a base de jugo de ciruela ahumada; bebidas a base de jugo de frutas; bebidas a base de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de jugo de tomate; bebidas a base de jugos de berros de agua; bebidas a base de jugos de mastuerzos de agua; bebidas a base de jugos de uva; bebidas con gas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas de jugo de uva; bebidas de jugos de frutas sin alcohol; bebidas espumosas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas no alcohólicas que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol a base de jugo de hortalizas; bebidas sin alcohol a base de jugo de uva; bebidas sin alcohol que contienen jugos de frutas; bebidas sin alcohol que contienen jugos vegetales; concentrados de jugos de frutas; cordial de jugo de lima; cordiales de jugo de grosella negra; cordiales de jugo de lima; jugo de ananás; jugo de apio [bebidas]; jugo de arándanos; jugo de caña de azúcar; jugo de coco; jugo de coco [bebidas]; jugo de espinacas [bebidas]; jugo de fresa; jugo de hierba de trigo [bebidas]; jugo de kiwi; jugo de lima kaffir; jugo de lima para la elaboración de bebidas; jugo de limón [bebidas]; jugo de limón para la elaboración de bebidas; jugo de naranja; jugo de pasto de trigo [bebidas]; jugo de pepino; jugo de tomate [bebida]; jugo de uva; jugo de yacón [bebidas]; jugos a base de fruta congelados; jugos de berros de agua [bebidas]; jugos de fruta [bebidas]; jugos de fruta concentrados; jugos de fruta congelados; jugos de fruta mezclados; jugos de frutas; jugos de frutas [bebidas]; jugos de frutas concentrados; jugos de frutas congelados; jugos de frutas mezclados; jugos de mastuerzos de agua [bebidas]; jugos de sandía; jugos vegetales [bebidas]; mezclas de jugos de frutas; preparaciones para jugos de frutas; sirope de jugo de grosella negra; sirope de jugo de lima.

Resolución N° 88747

Ref. Expediente N° SD2025/0002029

la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS