

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 89247

Ref. Expediente N° SD2025/0035832

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 abril de 2025, INVERSIONES EL RUBI C.A., solicitó el registro de la Marca FRUTÉLL (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065, 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: Batidos [bebidas de fruta, en las que predomina la fruta]; batidos [bebidas de frutas, en las que predomina la frutas]; batidos de frutas; batidos de frutas heladas; batidos de frutas u hortalizas; batidos de frutas u hortalizas heladas; bebidas a base de fruta; bebidas a base de frutas; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; bebidas a base de jugo de frutas; bebidas a base de jugo de frutas; azúcar y agua; bebidas a base de mezclas de zumos de frutas y hortalizas; bebidas a base de zumo de frutas; bebidas a base de zumo de frutas; azúcar y agua; bebidas carbonatadas con sabor a frutas; bebidas con gas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas con gas de zumo de frutas sin alcohol; bebidas con sabor a fruta; bebidas con sabor a frutas; bebidas congeladas a base de frutas; bebidas de frutas; bebidas de frutas congeladas sin alcohol; bebidas de frutas sin alcohol; bebidas de frutas y zumos de frutas; bebidas de jugo de frutas; azúcar y agua; bebidas de jugos de frutas sin alcohol; bebidas de siropes de frutas tropicales; bebidas de zumo de frutas; azúcar y agua; bebidas de zumos de frutas sin alcohol; bebidas gaseosas con sabor a frutas; bebidas gaseosas no alcohólicas a base de zumos de frutas; bebidas granizadas a base de frutas; bebidas heladas a base de frutas; bebidas heladas de frutas; bebidas no alcohólicas a base de frutas secas; bebidas no alcohólicas de siropes de frutas; bebidas no alcohólicas que contienen jugos de frutas; bebidas refrescantes sin alcohol a base de frutas aromatizados con té; bebidas refrescantes sin alcohol con sabor a fruta; bebidas y zumos de frutas; cócteles de frutas sin alcohol; jugos a base de fruta congelados; jugos de fruta [bebidas]; jugos de fruta concentrados; jugos de fruta congelados; jugos de frutas; jugos de frutas [bebidas]; jugos de frutas concentrados; jugos de frutas congelados; jugos de frutas mezclados; mezclas de jugos de frutas; mezclas de zumos de frutas; néctares de frutas sin alcohol; refrescos a base de frutas aromatizados con té; refrescos a base de frutas con sabor a té; refrescos aromatizados con frutas; refrescos con sabor a fruta; zumos a base de fruta congelados; zumos de fruta [bebidas]; zumos de frutas; zumos de frutas [bebidas]; zumos de frutas concentrados; zumos de frutas mezclados.

Ref. Expediente N° SD2025/0035832

servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

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
Mixta	FRUTELLI	GRUPO FRUTELLI S.A.S.	13262520	10	32	Marca	Registrada	17/06/2034

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° SD2025/0035832

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
FRUTÉLL	 Frutelli

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 el signo solicitado FRUTÉLL (nominativa) y la marca registrada FRUTELLI (mixta), apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado presenta similitudes ortográficas y fonética respecto de la marca registrada toda vez que éste contiene la secuencia de letras F-R-U-T-E-L-L-en la misma disposición ortográfica generando un impacto sonoro altamente similar, sin que la tilde en la letra E sea un cambio suficiente que logre diferenciar los signos confrontados.

En vista de ello, los consumidores podrían creer que el signo solicitado es una variación de la marca registrada cuando en realidad no es así.



Ref. Expediente N° SD2025/0035832

Adicionalmente, el signo solicitado es de naturaleza nominativa sin elementos distintivos adicionales que sean derroteros para diluir la semejanza con la marca antecedente.

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 y/o servicios 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

32: Batidos [bebidas de fruta, en las que predomina la fruta]; batidos [bebidas de frutas, en las que predomina la frutas]; batidos de frutas; batidos de frutas heladas; batidos de frutas u hortalizas; batidos de frutas u hortalizas heladas; bebidas a base de fruta; bebidas a base de frutas; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; bebidas a base de jugo de frutas; bebidas a base de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de mezclas de zumos de frutas y hortalizas; bebidas a base de zumo de frutas; bebidas a base de zumo de frutas, azúcar y agua; bebidas carbonatadas con sabor a frutas; bebidas con gas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas con gas de zumo de frutas sin alcohol; bebidas con sabor a fruta; bebidas con sabor a frutas; bebidas congeladas a base de frutas; bebidas de frutas; bebidas de frutas congeladas sin alcohol; bebidas de frutas sin alcohol; bebidas de frutas y zumos de frutas; bebidas de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas de jugos de frutas sin alcohol; bebidas de siropes de frutas tropicales; bebidas de zumo de frutas, azúcar y agua; bebidas de zumos de frutas sin alcohol; bebidas gaseosas con sabor a frutas; bebidas gaseosas no alcohólicas a base de zumos de frutas; bebidas granizadas a base de frutas; bebidas heladas a base de frutas; bebidas heladas de frutas; bebidas no alcohólicas a base de frutas secas; bebidas no alcohólicas de siropes de frutas; bebidas no alcohólicas que contienen jugos de frutas; bebidas refrescantes sin alcohol a base de frutas aromatizados con té; bebidas refrescantes sin alcohol con sabor a fruta; bebidas y zumos de frutas; cócteles de frutas sin alcohol; jugos a base de fruta congelados; jugos de fruta [bebidas]; jugos de fruta concentrados; jugos de fruta congelados; jugos de frutas; jugos de frutas [bebidas]; jugos de frutas concentrados; jugos de frutas congelados; jugos de frutas mezclados; mezclas de jugos de frutas; mezclas de zumos de frutas; néctares de frutas sin alcohol; refrescos a base de frutas aromatizados con té; refrescos a base de frutas con sabor a té; refrescos aromatizados con frutas; refrescos con sabor a fruta;

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° SD2025/0035832

zumos a base de fruta congelados; zumos de fruta [bebidas]; zumos de frutas; zumos de frutas [bebidas]; zumos de frutas concentrados; zumos de frutas mezclados.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente 13262520 Clase 32: Bebidas de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

Relación competitiva de productos en la clase 32 internacional (identidad).

Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos en la clase 32 internacional (identidad), los cuales versan sobre *bebidas de frutas, zumos de frutas*, lo que conlleva a que compartan la misma naturaleza y destinación.

Sumado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor mediante los mismos canales publicitarios y de comercialización, persiguiendo idéntica finalidad, hechos que generan mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

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 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 FRUTÉLL (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por INVERSIONES EL RUBI C.A., por las razones expuestas en la parte motiva

⁵ 32: Batidos [bebidas de fruta, en las que predomina la fruta]; batidos [bebidas de frutas, en las que predomina la frutas]; batidos de frutas; batidos de frutas heladas; batidos de frutas u hortalizas; batidos de frutas u hortalizas heladas; bebidas a base de fruta; bebidas a base de frutas; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; bebidas a base de jugo de frutas; bebidas a base de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas a base de mezclas de zumos de frutas y hortalizas; bebidas a base de zumo de frutas; bebidas a base de zumo de frutas, azúcar y agua; bebidas carbonatadas con sabor a frutas; bebidas con gas de jugo de frutas sin alcohol; bebidas con gas de zumo de frutas sin alcohol; bebidas con sabor a fruta; bebidas con sabor a frutas; bebidas congeladas a base de frutas; bebidas de frutas; bebidas de frutas congeladas sin alcohol; bebidas de frutas sin alcohol; bebidas de frutas y zumos de frutas; bebidas de jugo de frutas, azúcar y agua; bebidas de jugos de frutas sin alcohol; bebidas de siropes de frutas tropicales; bebidas de zumo de frutas, azúcar y agua; bebidas de zumos de frutas sin alcohol; bebidas gaseosas con sabor a frutas; bebidas gaseosas no alcohólicas a base de zumos de frutas; bebidas granizadas a base de frutas; bebidas heladas a base de frutas; bebidas heladas de frutas; bebidas no alcohólicas a base de frutas secas; bebidas no alcohólicas de siropes de frutas; bebidas no alcohólicas que contienen jugos de frutas; bebidas refrescantes sin alcohol a base de frutas aromatizados con té; bebidas refrescantes sin alcohol con sabor a fruta; bebidas y zumos de frutas; cócteles de frutas sin alcohol; jugos a base de fruta congelados; jugos de fruta [bebidas]; jugos de fruta concentrados; jugos de fruta congelados; jugos de frutas; jugos de frutas [bebidas]; jugos de frutas concentrados; jugos de frutas congelados; jugos de frutas mezclados; mezclas de jugos de frutas; mezclas de zumos de frutas; néctares de frutas sin alcohol; refrescos a base de frutas aromatizados con té; refrescos a base de frutas con sabor a té; refrescos aromatizados con frutas; refrescos con sabor a fruta; zumos a base de fruta congelados; zumos de fruta [bebidas]; zumos de frutas; zumos de frutas [bebidas]; zumos de frutas concentrados; zumos de frutas mezclados.

Resolución N° 89247

Ref. Expediente N° SD2025/0035832

de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a INVERSIONES EL RUBI C.A., 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 archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS