

Señores

**SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS**

E. S. D.

Expediente No.: SD2025/0036321
Ref.: Memorial de alerta a solicitud de
registro marcario
Marca: CELEMA VITA
Clase: 29
Tipo: Nominativa

MEMORIAL DE ALERTA A REGISTRO MARCARIO

SANTIAGO MÁRQUEZ ROBLEDO, mayor de edad, con domicilio en la ciudad de Bogotá, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 79.980.922 y portador de la tarjeta profesional de abogado número 131.853 del Consejo Superior de la Judicatura, actuando como apoderado de la sociedad **INDUSTRIA DE ALIMENTOS PARA DIETAS ESPECIALES S.A.S** (en adelante “**INADE**”), sociedad comercial identificada NIT 900794646-9, por medio del presente memorial me permito presentar a este Despacho los siguientes argumentos para que sean tenidos en cuenta al momento de analizar la solicitud de registro del signo **CELEMA VITA** (nominativa), que busca identificar productos de la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza, presentada por la sociedad **CENTRAL LECHERA DE MANIZALES S.A. BIC** y tramitada bajo el expediente SD2025/0036321, puesto que el registro del mismo atentaría contra las marcas previamente registradas por mi poderdante.

1. HECHOS

a. La sociedad que represento es titular de las siguientes marcas:

Marca	Certificado de Registro	Clase	Titular	Vigencia
VITÁD 	550867	30	INDUSTRIA DE ALIMENTOS PARA DIETAS ESPECIALES S.A.S.	30 de marzo de 2026

vitád 	633966	29, 30, 31, 32	INDUSTRIA DE ALIMENTOS PARA DIETAS ESPECIALES S.A.S.	26 de noviembre de 2029
VITAD 	779283	29, 30, 31, 32	INDUSTRIA DE ALIMENTOS PARA DIETAS ESPECIALES S.A.S.	11 de junio de 2035

- b. La solicitud de registro del signo **CELEMA VITA** (Nominativa) en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza, tramitada bajo el expediente No. SD2025/0036321, fue presentada el 21 de abril de 2025 y publicada en la Gaceta de la Propiedad Industrial No. 1079 del 8 de septiembre de 2025.

La solicitud citada no puede ser concedida de acuerdo con los siguientes argumentos:

2. CONSIDERACIONES PRELIMINARES

Las marcas VITÁD son ampliamente reconocidas en el mercado como identificadoras de líneas de alimentos y snacks sin azúcar, sin gluten y sin lácteos. Estas marcas han sido utilizadas efectivamente en el comercio desde el año 2015 para identificar productos de las clases 29, 30, 31 y 32, comercializados a nivel nacional en una gran cantidad de tiendas mayoristas y minoristas.

Recientemente, en enero de 2024, fue anunciada la adquisición por parte de Alquería del 51% de nuestra representada INADE. INADE y sus marcas VITÁD hoy en día forman parte del grupo Alquería, compañía colombiana productora de alimentos con más de 64 años de trayectoria. Esta adquisición fortaleció la reputación de las marcas VITÁD e incursionó al grupo en el mercado de la comida saludable mediante alternativas de snacks salados y dulces como papas de paquete, platanitos, brownies, galletas, merengues, entre otros como se evidencia en las siguientes imágenes:



Brownie marca Vitad. Línea dulce de snacks.



Merengues marca Vitad. Línea dulce de snacks.



Mezcla pancakes
175g

Mezcla de pancakes y waffles marca Vitad



<https://www.wradio.com.co/2024/01/26/alqueria-ingresa-al-negocio-de-los-snacks-cuales-son-los-productos/>



Alquería adquiere marca Vitad y entra al segmento 'snacks'

La marca creada por dos emprendedores entra al portafolio de la compañía, que quiere ir más allá de los lácteos y se ha propuesto ser multicategoría.



<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/vitad-es-adquirida-por-alqueria-lo-que-viene-para-el-emprendimiento-de-snacks-596820>

[CONSUMO]

Alquería anuncia la adquisición de la marca Vitad



<https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/71713/alqueria-anuncia-la-adquisicion-de-la-marca-vitad>

3. NORMAS VIOLADAS

El inciso primero del artículo 134 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina establece que:

“Constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos y servicios en el mercado.”

De conformidad con lo anterior, el signo **CELEMA VITA** y frente al cual presento memorial de alerta, no cumple con el requisito establecido en el citado artículo, ya que no es susceptible de otorgar distintividad, requisito sine qua non para la existencia de las marcas y principal función de las mismas.

El literal b del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina establece que:

“No podrán registrarse como marca los signos que:

(...)

b.) carezcan de distintividad;”

Por su parte, el literal a del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, establece que:

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

4. DISTINTIVIDAD

El Consejo de Estado, en sentencia del 23 de mayo de 1991 sección primera, se pronunció sobre el requisito de la distintividad de la siguiente manera:

“La finalidad de la marca es la de individualizar con absoluta claridad los productos o servicios que elabora u ofrece al público consumidor en el mercado una empresa determinada, en orden a orientar a los consumidores, identificar a los responsables de los distintos productos y servicios y, en fin, garantizar un orden de la economía con beneficios para todos: consumidores, empresarios, autoridades de inspección y vigilancia, etc.

Por ello, como lo indica el señor apoderado de la demandante, es absolutamente necesario evitar que una marca pueda pasar por otra distinta, principio fundamental del Derecho Marcario, lo que ha llevado al legislador no sólo a consagrar exclusivamente la prohibición del registro de marcas idénticas, sino especialmente la de que registren marcas que sean semejantes, confundibles, similares a otras ya registradas” (Subrayado fuera del texto)

De acuerdo con lo estipulado por el Tribunal Andino de Justicia en el Proceso 141-IP-2005:

“La legislación andina ha determinado que no pueden ser objeto de registro como marca, los signos que sean idénticos o similares entre sí, conforme lo establece el literal a) del artículo 136, materia de esta interpretación prejudicial”

“La marca tiene como función principal la de identificar los productos o servicios, con el objeto de diferenciarlos de los de igual o semejante naturaleza, pertenecientes a otra empresa o persona; es decir, el titular del registro, goza de la facultad de exclusividad respecto de la utilización del signo y le corresponde el derecho de oponerse a que terceros no autorizados por él hagan el uso de la marca”

El signo solicitado **CELEMA VITA** es similar al signo **VITAD**, al compartir el vocablo principal, y su uso puede causar un riesgo de confusión o asociación en el público consumidor afectando los derechos de mi poderdante. Así las cosas, el signo solicitado **CELEMA VITA** encaja en los supuestos de hecho establecidos en las normas y la jurisprudencia anteriormente mencionadas, por las siguientes razones:

- a. **VITAD** y **CELEMA VITA** se asemejan de tal forma que pueden inducir al público a error;
- b. La solicitud marcaría del signo **CELEMA VITA** fue solicitada para distinguir productos en una de las clases en las que **VITAD** identifica productos. Esto genera inevitablemente riesgo de confusión y asociación para el consumidor promedio, lo cual hace que cuando se le ofrezca al público consumidor alguno o algunos de los productos con la expresión **CELEMA VITA** , de forma inmediata los relacionará con mi poderdante, con las marcas de mi poderdante, **VITAD** y con los productos y servicios que éstas identifican.

En virtud de lo anterior, es posible afirmar que el signo **CELEMA VITA** carece absolutamente de distintividad, incurriendo en una de las causales de irregistrabilidad contempladas en el artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, específicamente el literal b) de la norma en razón a que es altamente probable que el consumidor promedio confunda el origen empresarial de los signos en conflicto.

5. CONFUSION DEL SIGNO SOLICITADO CON EL PREVIAMENTE REGISTRADO POR MI PODERDANTE

El cotejo debe identificar cuál elemento, el denominativo o el gráfico, prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor. La comparación debe efectuarse sin descomponer el conjunto de los signos, se debe realizar de forma sucesiva, y debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias, pues en las semejanzas se percibe el riesgo de confusión o asociación.

El signo solicitado, **CELEMA VITA**, se compone de dos elementos nominativos:

- a. **CELEMA**: Alude a la razón social del solicitante (CENTRAL LECHERA DE MANIZALES SA BIC).
- b. **VITA**: Este es el elemento de fantasía y el más distintivo dentro del conjunto. Es el núcleo que genera la confrontación directa con el signo anterior **VITÁD**.

De acuerdo con lo establecido en la Decisión 486, el uso en el comercio del signo **CELEMA VITA** afectaría el derecho de mi poderdante, ya que se asemeja a la marca **VITÁD**, concedida en las clases 29, 30, 31, 32.

El signo cuestionado, **CELEMA VITA**, y las marcas registradas **VITAD** presentan similitud en todos sus aspectos sensibles:

- a. Similitud Ortográfica y Fonética (Denominativa):

El signo solicitado reproduce de manera íntegra la secuencia de letras VITA, que constituye la parte esencial, distintiva y de mayor fuerza marcaria de las marcas de mi representada (VITÁD / VITAD). El núcleo denominativo del signo solicitado es precisamente VITA, secuencia que coincide casi por completo con el núcleo de la marca registrada. La sucesión vocálica I–A y consonántica es prácticamente idéntica, lo cual genera un alto grado de similitud ortográfica. La incorporación del prefijo “CELEMA” no resulta suficiente para diferenciar el signo, pues el consumidor promedio retiene y reconoce ante todo la parte más corta, llamativa y fantasiosa del conjunto, que en este caso es VITA. La expresión “CELEMA” cumple funciones secundarias que no alteran la percepción global del signo.

Desde una perspectiva fonética, la similitud es igualmente evidente: la expresión VITA, destacada como su elemento principal, reproduce de manera casi total la denominación **VITAD**, variando únicamente en la consonante final. Esta diferencia menor no es suficiente para neutralizar la coincidencia sustancial en el resto de la estructura fonética, especialmente considerando que el consumidor promedio no realiza un análisis detallado, sino que se guía por la impresión de conjunto.

En efecto, el público consumidor tiende a abreviar o reducir las marcas extensas a su parte más distintiva. En el presente caso, el consumidor difícilmente recordará o pronunciará la denominación completa **CELEMA VITA**, sino que naturalmente se quedará con VITA, lo cual incrementa de manera significativa el riesgo de confusión con la marca **VITAD** de mi representada.

Cuando se excluye el elemento secundario “CELEMA”, que no aporta capacidad distintiva relevante, el cotejo denominativo queda reducido a:

VITA VITAD VITA VITAD VITA VITAD
VITA VITAD VITA VITAD VITA VITAD
VITA VITAD VITA VITAD VITA VITAD

Como se evidencia, la coincidencia es casi total, con la única diferencia de una letra final, razón por la cual el signo solicitado reproduce íntegramente el elemento esencial de la marca registrada y, en consecuencia, carece de distintividad propia.

La expresión VITA es el elemento determinante en ambos signos. Por ello, no existen diferencias perceptibles que permitan al consumidor promedio distinguir entre VITA y VITAD, mientras que las semejanzas son claras y dominantes. Desde la perspectiva ortográfica, fonética y visual, el riesgo de confusión es evidente: el consumidor podría creer erróneamente que **CELEMA VITA** corresponde a una variación, línea derivada o extensión de la marca **VITAD**.

En conclusión, la reproducción sustancial del elemento denominativo VITA en el signo solicitado, sumada a la debilidad diferenciadora de los términos acompañantes, hace que **CELEMA VITA** resulte confundible con **VITAD**, afectando la función distintiva de esta última y configurando un riesgo claro de confusión directa y de asociación indebida.

b. Similitud Conceptual (Ideológica):

Las marcas de mi representada, **VITAD**, son signos de fantasía que carecen de significado propio en el idioma español y, por ello, gozan de un alto grado de distintividad y poseen una fuerte capacidad de oposición. No obstante, es innegable que el elemento VITA, presente en el signo solicitado, está cultural

y comercialmente asociado a los conceptos de “vida”, “vitalidad” y bienestar, particularmente en el sector de alimentos y productos saludables donde opera INADE.

Así, el consumidor promedio que ya identifica **VITAD** con productos destinados a la nutrición, salud o bienestar, al enfrentarse al nuevo signo **CELEMA VITA** percibirá una conexión ideológica evidente entre ambos. La coincidencia en la raíz conceptual “VITA” y en la evocación al universo de productos saludables conduce al consumidor a asumir que ambos signos pertenecen al mismo origen empresarial, o que el signo solicitado constituye una línea extendida, variación o subproducto de la marca previamente registrada.

En ese sentido, la coincidencia conceptual, sumada a las semejanzas denominativas ya expuestas, incrementa de manera significativa el riesgo de confusión y de asociación indebida, afectando directamente la función distintiva de la marca de mi representada.

6. PROTECCION AL CONSUMIDOR

Tenemos que el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en sentencia de diciembre 3 de 1987, proceso IP-87, determinó que:

“la finalidad de una marca (...) no es otra que la de individualizar los productos y servicios con el propósito de diferenciarlos de otros iguales o similares. En virtud de esta función diferenciadora, la marca protege a los consumidores, quienes al identificar el origen y la procedencia del producto o servicio de que se trate evitan ser confundidos o engañados.”

Si se otorga el registro del signo solicitado **con posterioridad**, se estaría privando al público consumidor de la protección que le brinda la existencia en el mercado de signos que sean suficientemente distintivos y que le permitan diferenciar los bienes y servicios provenientes de uno y otro productor.

Así mismo, se estaría causando un perjuicio *contra legem* a mi representada, ya que el signo solicitado engañaría al público consumidor con relación al origen empresarial de los productos que adquiere y lo confundiría con relación a los productos mismos.

En ese orden de ideas, su Despacho no puede permitir el registro del signo **CELEMA VITA**, ya que generaría confusión en el público consumidor acerca del origen de los productos que dicho signo identifica, toda vez que los asociarían con las marcas **registradas con anterioridad VITAD**, aprovechándose así de la buena reputación de los productos servicios ofrecidos por mi poderdante.

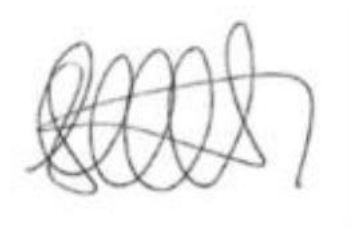
En conclusión, el signo solicitado está contenido y, como tal, es una reproducción de otro signo previamente solicitado a registro, por lo que resulta confundible con aquellos que imita y de los cuales pretende apropiarse el solicitante.

7. FUNDAMENTOS DE DERECHO

El presente memorial de alerta se fundamenta en los Artículos 134 a 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina; Artículo 226 la Decisión 486 de la Comunidad Andina; Artículos 540 y 591 del

Código de Comercio; Artículo 54 del Decreto 2153 de 1992; Artículos 1 a 33 de la Ley 256 de 1996 y demás disposiciones concordantes.

Del Señor Jefe de la Dirección de Signos Distintivos,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a final vertical stroke, enclosed within a light gray rectangular border.

SANTIAGO MÁRQUEZ ROBLEDO

C.C. No. 79.980.922

T.P. No. 131.853