

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 103144

Ref. Expediente N° SD2025/0052828

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 4 de junio de 2025, MICHELLE DE JESUS BARROS COLL y GINA ALEXANDRA BARROS COLL, solicitaron el registro de la Marca BONAVIDA V-TALS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076, 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

¹ **30:** Preparaciones alimenticias congeladas o listas para calentar, a base de harinas, almidones, cereales o yuca, tales como arepas de yuca, pan de bonos, deditos de masa de trigo o integrales, caribañolas y quibbes; productos de panadería típicos elaborados con almidón de yuca; combinaciones de productos mini a base de masa fritos o precocidos para consumo en eventos; todos los productos excluyen café, pan tradicional, pasteles, productos de pastelería, y bebidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0052828

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 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	Vigencia
Mixta	BONA VIDA	POSTOBÓN S.A.	SD2023/0120859	12	32	Marca	17 dic. 2034
Nominativa	BONA VIDA	POSTOBÓN S.A.	SD2022/0029545	11	5, 29	Marca	30 may. 2033
Nominativa	BONA VIDA	POSTOBÓN S.A.	15145995	10	32	Marca	28 feb. 2026

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2025/0052828

El signo solicitado	La marca registrada
	 BONAVIDA

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, con respecto a la comparación entre marcas mixtas, 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 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, con respecto a la comparación entre marcas nominativas y mixtas, 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



Ref. Expediente N° SD2025/0052828

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

En primer lugar, desde el punto de vista ortográfico, el signo solicitado reproduce de manera idéntica el elemento denominativo BONAVIDA, el cual constituye la totalidad del signo registrado. La adición del término “V-TALS” no neutraliza esta coincidencia, en tanto el consumidor tiende a recordar y priorizar los elementos más extensos y llamativos del conjunto marcario, siendo BONAVIDA el componente que domina visualmente la estructura del signo solicitado. Esta reproducción íntegra resulta suficiente para generar similitud gráfica relevante.

En cuanto al plano fonético, la coincidencia es igualmente evidente, pues el término BONAVIDA mantiene la misma sonoridad, acentuación y cadencia en ambos signos. La porción “V-TALS” no tiene la fuerza distintiva ni la recordación auditiva suficiente para desplazar el núcleo fonético BONAVIDA. Ello implica que el consumidor, en su percepción habitual imperfecta, pueda identificar el signo solicitado como una simple variación o extensión del signo previamente registrado.

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:

30: Preparaciones alimenticias congeladas o listas para calentar, a base de harinas, almidones, cereales o yuca, tales como arepas de yuca, pan de bonos, deditos de masa de trigo o integrales, caribañolas y quibbes; productos de panadería típicos elaborados con almidón de yuca; combinaciones de productos mini a base de masa fritos o precocidos

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.

Resolución N° 103144

Ref. Expediente N° SD2025/0052828

para consumo en eventos; todos los productos excluyen café, pan tradicional, pasteles, productos de pastelería, y bebidas.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente No. SD2023/0120859.

32: Agua potable tratada y agua mineral, agua aromatizada, agua saborizada, agua tónica, agua gasificada, agua carbonatada, agua para consumo humano; cerveza, mosto de cerveza, cerveza de malta, mosto de malta, cerveza tipo ale y porter; gaseosas; jugos; bebidas con sabor a jugo; jarabes, zumos y otros preparados para hacer bebidas no alcohólicas; preparaciones para elaborar aguas gaseosas; bebidas a base de aloe vera; aperitivos sin alcohol, preparaciones para hacer bebidas sin alcohol, sidra sin alcohol, cócteles sin alcohol, pastillas para bebidas gaseosas, polvos para bebidas gaseosas, esencias para hacer bebidas no alcohólicas, extractos de frutas; zumos de frutas, bebidas de jengibre y cerveza de jengibre, refresco de jengibre; mosto de uva sin fermentar, extractos de lúpulo para la fabricación de cerveza; bebidas isotónicas; kvas [bebida sin alcohol]; limonadas; aguas minerales [bebidas]; preparaciones para elaborar aguas minerales; néctares de frutas sin alcohol; horchata; zarzaparrilla [bebida sin alcohol]; sorbetes; smoothies; granizados con sabor a fruta, granizados; soda; jugo de tomate; agua de seltz; bebidas carbonatadas; aguas de mesa; agua de coco, bebidas con sabor a té; bebidas a base de soja.

Expediente No. SD2022/0029545.

5: Alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario; alimentos para bebés; suplementos alimenticios para personas o animales; Suplementos alimenticios; suplementos dietéticos; suplementos nutricionales; suplementos probióticos; antioxidantes [suplementos dietéticos]; antioxidantes utilizados como suplementos alimenticios; bacterias probióticas [suplementos alimenticios]; preparaciones y suplementos para la salud; suplementos alimenticios antioxidantes; suplementos alimenticios compuestos de aminoácidos; suplementos alimenticios dietéticos; suplementos alimenticios para seres humanos; bebidas medicinales; bebidas para uso médico; bebidas de electrolitos para uso médico; bebidas dietéticas para uso médico.

29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio; bebidas de yogur; bebidas a base de lactobacilos; bebidas compuestas principalmente de leche; bebidas de ácidos lácticos; kéfir [bebida láctea]; kumis [bebida láctea]; bebida a base de huevo sin alcohol; bebidas a base de leche de almendras; bebidas a base de leche de arroz; bebidas a base de leche de cacahuete; bebidas a base de leche de cacahuete; bebidas a base de leche de coco; bebidas a base de leche de maní; bebidas a base de leche de mijo; bebidas a base de leche de sésamo; bebidas a base de productos lácteos; bebidas energéticas a base de leche; bebidas a base de frutas fermentadas con bacterias de ácido láctico, que no sean sucedáneos de la leche; bebidas a base de leche que contienen zumo de frutas; preparaciones para bebidas lácteas en las que predomina la leche; preparaciones a base de leche para la elaboración de bebidas; bebidas que contienen bacterias del ácido láctico; bebidas a base de bacterias de ácido láctico; bebidas lácteas en las que predomina la leche.

Expediente No. 15145995.

32: agua potable tratada y agua mineral, agua aromatizada, agua saborizada, agua tónica, agua gasificada, agua carbonatada, agua para consumo humano; cerveza, mosto de

Ref. Expediente N° SD2025/0052828

cerveza, cerveza de malta, mosto de malta, cerveza tipo ale y porter; gaseosas; jugos; bebidas con sabor a jugo; jarabes, zumos y otros preparados para hacer bebidas no alcohólicas; preparaciones para elaborar aguas gaseosas; leche de almendras; bebidas a base de aloe vera; aperitivos sin alcohol, preparaciones para hacer bebidas sin alcohol, sidra sin alcohol, cócteles sin alcohol, pastillas para bebidas gaseosas, polvos para bebidas gaseosas, esencias para hacer bebidas no alcohólicas, extractos de frutas; zumos de frutas, bebidas de jengibre y cerveza de jengibre, refresco de jengibre; mosto de uva sin fermentar, extractos de lúpulo para la fabricación de cerveza; bebidas isotónicas; kvas [bebida sin alcohol]; limonadas; leche de cacahuete [bebida sin alcohol]; aguas minerales [bebidas]; preparaciones para elaborar aguas minerales; néctares de frutas sin alcohol; horchata; zarzaparrilla [bebida sin alcohol]; sorbetes; smoothies; granizados con sabor a fruta, granizados; soda; jugo de tomate; agua de seltz; bebidas carbonatadas; aguas de mesa; agua de coco, bebidas con sabor a té; bebidas a base de soja.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 y los productos de la clase 29, en virtud del criterio de razonabilidad.

En el presente caso se advierte una vinculación competitiva entre las “preparaciones alimenticias congeladas o listas para calentar” identificadas por el signo solicitado BONAVIDA V-TALS en la clase 30 y las “hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas” amparadas por la marca anterior BONAVIDA en la clase 29, en la medida en que todos ellos pertenecen al mismo sector de alimentos procesados de consumo masivo, dirigidos al público en general y destinados a la alimentación cotidiana. Desde la perspectiva del consumidor promedio, la coexistencia de las denominaciones BONAVIDA V-TALS y BONAVIDA para este tipo de productos favorece la percepción de que se trata de una misma línea o familia de alimentos, o al menos de productos comercializados bajo el control de un mismo grupo empresarial, lo que evidencia una conexidad competitiva relevante para el análisis del riesgo marcario.

De acuerdo con la doctrina del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina y la jurisprudencia del Consejo de Estado, el criterio de razonabilidad permite afirmar la existencia de conexidad competitiva cuando, atendiendo a la realidad del mercado, resulta razonable para el consumidor considerar que los productos en conflicto pueden tener un origen empresarial común, aun cuando no sean estrictamente sustituibles ni complementarios en sentido estricto. En este marco, la conexidad no exige identidad de naturaleza o de clase, sino la constatación de que, en el tráfico económico, los productos suelen ofrecerse bajo estrategias de marca integradas, de modo que el consumidor está acostumbrado a encontrar bajo una misma marca tanto ingredientes (como hortalizas y legumbres en conserva o congeladas) como preparaciones listas para consumir.

Aplicando dicho criterio al caso concreto, es claro que las hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas o cocidas (clase 29) y las preparaciones alimenticias congeladas o listas para calentar (clase 30) comparten canales de comercialización (supermercados, grandes superficies, tiendas de barrio), suelen ubicarse en secciones próximas de alimentos procesados o congelados y se dirigen al mismo público general que busca soluciones prácticas para la preparación de comidas. Es usual en el mercado que un mismo empresario ofrezca, bajo una sola marca, tanto vegetales congelados o en conserva como platos preparados o semipreparados que incorporan dichos ingredientes, de modo que para el consumidor resulta razonable interpretar que BONAVIDA V-TALS constituye una extensión o variación de la marca BONAVIDA hacia una categoría cercana de alimentos.

Si se consideran adicionalmente la naturaleza y finalidad de los productos (todos destinados a la alimentación humana), su forma de uso (preparación de comidas en el hogar, soluciones rápidas o prácticas de cocina), así como las estrategias de mercadeo basadas en conceptos

Resolución N° 103144

Ref. Expediente N° SD2025/0052828

de “vida sana”, “buena alimentación” o “practicidad en la cocina”, se refuerza la conclusión de que existe una conexidad competitiva significativa entre los productos de las clases 29 y 30 aquí enfrentados. En estas condiciones, la presencia de signos altamente próximos como BONAVIDA V-TALS frente a BONAVIDA sobre productos que el consumidor puede percibir como provenientes de un mismo origen empresarial incrementa el riesgo de confusión indirecta y de asociación, con la consecuente afectación de la función de identificación de origen de la marca anterior, lo que justifica la negativa del registro solicitado.

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 BONAVIDA V-TALS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por MICHELLE DE JESUS BARROS COLL, GINA ALEXANDRA BARROS COLL, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a MICHELLE DE JESUS BARROS COLL, GINA ALEXANDRA BARROS COLL, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado 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 5 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **30:** Preparaciones alimenticias congeladas o listas para calentar, a base de harinas, almidones, cereales o yuca, tales como arepas de yuca, pan de bonos, deditos de masa de trigo o integrales, caribañolas y quibbes; productos de panadería típicos elaborados con almidón de yuca; combinaciones de productos mini a base de masa fritos o precocidos para consumo en eventos; todos los productos excluyen café, pan tradicional, pasteles, productos de pastelería, y bebidas.