

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 103183

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el 16 de abril de 2025, la sociedad **SUPLEHERBALS S.A.S**, solicitó el registro de la Marca **NAD** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 28 de abril de 2025, la sociedad **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A**, presentó oposición al registro con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(...) La marca solicitada se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad del literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 del 2000.

*(i) La marca solicitada para registro: **NAD (mixta)** presenta similitudes significativas desde las perspectivas ortográfica, visual y fonética, sin que la letra al final signo solicitado permita que los consumidores distingan ambos signos, de forma que les sea posible reconocer que tienen orígenes empresariales diversos.*

(ii) Los productos que pretende identificar la marca solicitada están contenidos en la cobertura de la marca opositora y se encuentran estrechamente relacionados. Por este motivo, es evidente que entre los productos que identifican las marcas en conflicto existe conexidad competitiva.

(iii) Teniendo en cuenta la teoría de la interdependencia y considerando que los signos en conflicto, así como los productos que identifican, son similares, es evidente que el signo solicitado es irregistrable. Permitir su registro generaría un riesgo de asociación y/o confusión para los consumidores.

*De acuerdo con lo anterior, a continuación, se desarrollarán en detalle cada uno de los argumentos expuestos los cuales demuestran que las marcas en estudio no son susceptibles de coexistir pacíficamente en el mercado colombiano, puesto que se generaría un inminente riesgo de **confusión y/o asociación** para el consumidor.*

(...) Teniendo en cuenta lo anterior, en el presente caso no se requiere mayor análisis y/o desarrollo en cuanto a la semejanza, dado que la marca solicitada reproduce casi en su totalidad la marca previamente registrada.

De una simple apreciación, y aplicando los criterios comentados anteriormente, podemos afirmar que, entre las marcas cotejadas, existen suficientes semejanzas susceptibles de generar riesgo de confusión y asociación en el consumidor.

¹ 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

MARCA SOLICITADA, OBJETO DE OPOSICIÓN	MARCA PREVIAMENTE REGISTRADA
NAD	NAN

En efecto y, como demostraremos a continuación, entre la expresión solicitada para registro y la marca previamente registrada existen semejanzas ortográficas, visuales y fonéticas que generan un riesgo de confusión y asociación para los consumidores.

a. Semejanzas ortográficas y visuales:

La similitud ortográfica y visual se presenta por **“la sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión. La semejanza entre los signos existe si las vocales idénticas se hallan situadas en el mismo orden”** (ibidem). Como se puede evidenciar, todos los criterios se cumplen para el caso bajo análisis, al realizar una apreciación sucesiva y en conjunto de las marcas en conflicto:

(a) Ambas marcas se componen por tres letras, dos consonantes y una vocal, lo que genera que tengan una longitud idéntica.

(b) La vocal que compone las dos marcas cotejadas es la misma, siendo a la “A”, lo cual tiene un impacto gramatical significativo, del mismo modo, la primera consonante es también la misma “N”

VOCALES COMUNES (NAD)
(NAN)

CONSONANTES COMUNES (NAD)
(NAN)

(c) Tienen el mismo inicio (NA), lo cual es analógicamente igual a tener la misma raíz, pues son marcas de fantasía, sin un significado particular.

(...) ➤ **Razonabilidad**

Ambas marcas distinguen productos farmacéuticos, veterinarios, higiénicos, dietéticos, para bebés, desinfectantes, fungicidas y herbicidas. Esta coincidencia sustancial en los productos indica que se dirigen a los mismos consumidores, los mismos canales de distribución (farmacias, droguerías, tiendas especializadas) y los mismos contextos de uso (salud humana y animal).

Según el criterio de razonabilidad, se configura conexidad cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, **podría asumir como razonable que los productos provienen del mismo origen empresarial**. En este caso, es razonable pensar que un mismo fabricante o grupo empresarial pueda ofrecer diferentes líneas de productos con la misma naturaleza, que cumplen una finalidad común.

Desde la perspectiva del consumidor promedio, la coexistencia de estas marcas en el mercado podría inducir a error o confusión sobre su origen empresarial, especialmente teniendo en cuenta las similitudes entre los signos cotejados. Lo anterior demuestra plenamente que existe conexidad competitiva entre los signos, en virtud del criterio de razonabilidad.

➤ **Sustituibilidad**

El criterio de sustituibilidad se refiere a la posibilidad de que los productos puedan ser intercambiados entre sí por parte del consumidor, en función de sus características y finalidad.

Teniendo en cuenta que las dos marcas en conflicto distinguen productos de la misma naturaleza, cumplen funciones similares en el ámbito de la salud humana y animal, es



Ref. Expediente N° SD2025/0035597

completamente viable que el consumidor lo vea como alternativas viables dentro de una misma categoría. En ese sentido, el consumidor cuenta con la posibilidad de elección de productos de marcas distintas que satisfacen la misma necesidad.

La existencia del signo solicitado, que distingue la misma naturaleza de productos bajo un signo similar al opositor, puede inducir al consumidor a pensar que provienen del mismo origen empresarial o que guardan alguna relación comercial, aumentando completamente el riesgo de confusión o asociación.

➤ **Complementariedad**

El criterio de complementariedad se refiere a una relación funcional entre los productos, que se utilizan de forma conjunta para satisfacer un mismo propósito. Este tipo de relación podría generar en el consumidor la percepción de que provienen del mismo origen empresarial, especialmente teniendo en cuenta las similitudes entre ambos signos. Los productos que distinguen las marcas en conflicto se complementan en su uso dentro del ámbito médico, farmacéutico y sanitario.

Estos productos suelen encontrarse en mismos puntos de venta, lo que refuerza la percepción de que forman parte de un mismo grupo empresarial. A su vez, desde la perspectiva del consumidor promedio es completamente viable que considere que son productos que provienen del mismo origen empresarial.

iv. Teoría de la interdependencia

Así las cosas, es claro que los productos enfrentados cumplen con los criterios señalados por la jurisprudencia, evidenciando que conceder el registro de la marca solicitada generaría riesgo de asociación con la marca registrada en la mente de los consumidores. Además, teniendo en cuenta la reproducción casi total de la marca previamente registrada, el consumidor no tendrá los elementos necesarios para diferenciar que dichos productos tienen un diverso origen empresarial.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **SUPLEHERBALS S.A.S**, no dio respuesta a la oposición.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 28 de abril de 2025, la sociedad **MEGA LIFESCIENCES PUBLIC COMPANY LIMITED**, presentó oposición al registro con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(…) La marca NAD (Mixta) presenta notorias similitudes ortográficas y fonéticas con la marca previamente registrada NAT D (Nominativa), de titularidad de mi poderdante MEGA LIFESCIENCES PUBLIC COMPANY LIMITED, lo que impide que ambas coexistan pacíficamente en el mercado sin inducir a error al público consumidor respecto del origen empresarial de los productos.

Este riesgo se ve acentuado por el hecho de que ambas marcas buscan amparar productos idénticos dentro de la clase 5, relativos a productos farmacéuticos y complementos alimenticios, categoría especialmente sensible dado su vínculo con la salud pública. En este tipo de productos, incluso diferencias mínimas entre los signos pueden ser insuficientes para evitar que el consumidor incurra en error al momento de la compra o uso.

La similitud entre NAD y NAT D, unida a la coincidencia en los productos que buscan proteger, resulta suficiente para configurar la causal de irregistrabilidad prevista en la norma comunitaria. En consecuencia, como se expondrá a continuación, existen elementos que justifican que se declare fundada la presente oposición y se niegue el registro de la marca NAD (Mixta) para productos de la clase 5.

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

(...) Por ello, el análisis de similitud entre NAD (Mixta) y NAT D (Nominativa) debe centrarse **en el examen del componente denominativo “NAD”**, que es el que genera la mayor carga distintiva dentro del signo solicitado. El elemento gráfico que lo acompaña, a menos que sea extraordinariamente distintivo o tenga una alta recordación visual —situación que no se evidencia en este caso—, **no es suficiente para contrarrestar la similitud generada por el término verbal central “NAD”** frente a la marca previamente registrada NAT D.

Así, en línea con lo establecido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, cuando una marca mixta incluye un elemento denominativo con alta similitud a una marca nominativa registrada, el cotejo debe concentrarse en dicho componente verbal, especialmente cuando, como ocurre aquí, ambos signos pretenden identificar productos de la misma clase y con igual finalidad.

(...) Se puede observar que las expresiones cotejadas presentan una **estructura ortográfica altamente similar**. Ambas están compuestas por tres letras principales y comparten **la misma secuencia inicial “NA”**, lo que contribuye a una impresión visual cercana y fácilmente asimilable por parte del consumidor promedio.

- • **Secuencia de letras:** Tanto NAD como NAT D inician con la misma secuencia de letras “N-A”. Esta coincidencia en la raíz de ambos signos es relevante, ya que las primeras letras de una marca suelen tener un impacto mayor en la percepción del consumidor y en los mecanismos de recordación.

- • **Longitud del signo:** Ambos signos son breves y de tamaño comparable. NAD está compuesto por tres letras continuas, mientras que NAT D consta de tres letras más una letra adicional separada por un espacio, lo cual no introduce una diferencia suficiente para generar una clara distinción visual, ya que puede pasar inadvertido en una lectura rápida o en medios donde el espaciado sea limitado.

- • **Configuración visual general:** Al estar compuestas por el mismo número de caracteres significativos y compartir dos de sus tres letras principales, la percepción del consumidor puede verse fácilmente influida por esta similitud gráfica. Más aún si se considera que el consumidor no realiza una lectura técnica ni detallada de las marcas en contextos de consumo cotidiano.

(...) En el presente caso, los signos cotejados presentan **una alta similitud fonética**, al punto de que pueden ser fácilmente confundidos por el consumidor medio, especialmente en contextos de uso oral o recuerdo imperfecto. Esta similitud se manifiesta en los siguientes aspectos:

- • **Secuencia de sonidos inicial:** Tanto “NAT D” como “NAD” comienzan con la misma secuencia de sonidos “NA”, lo que constituye un punto de partida fonético común. Esta coincidencia en la primera sílaba, que además suele ser la más recordada por los consumidores, establece una base sonora compartida entre los signos.

- • **Sílaba acentuada y estructura breve:** En ambos casos, la sílaba acentuada es la inicial (“NA”), y se trata de expresiones fonéticamente cortas y de una sola palabra audible, lo que contribuye a que puedan ser percibidas como equivalentes en entornos de baja atención o bajo contexto.

- • **Sonoridad final similar:** Aunque la marca NAT D incorpora una letra adicional (“D”) separada, esta puede ser fonéticamente omitida, desdibujada o simplemente mal recordada por el consumidor, especialmente cuando se pronuncia rápidamente o en interacciones verbales. Así, la diferencia sonora entre “NAT D” y “NAD” resulta sutil y de escasa capacidad diferenciadora.

Por lo anterior, se evidencia que las marcas cotejadas son tan cercanas en su sonoridad que generan un **riesgo real de confusión auditiva** en el consumidor. Esto se agrava en el marco de la clase 5, donde las decisiones de

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

(...) Del cuadro anterior se desprende que, en este caso, existe una **identidad sustancial en los productos** que buscan amparar ambas marcas. Las dos se encuentran dirigidas a productos farmacéuticos, preparados médicos y suplementos dietéticos, orientados a mejorar la salud, mantener funciones biológicas específicas, o prevenir enfermedades.

Esta coincidencia en la finalidad, composición y destino de los productos genera una **conexidad competitiva directa**, ya que se dirigen al mismo público objetivo y podrían encontrarse fácilmente en los mismos canales de distribución, como farmacias, droguerías o establecimientos especializados en productos de salud.

En este contexto, **la coexistencia de los signos NAD y NAT D en el mercado con productos idénticos o intercambiables puede inducir a**

consumidor a creer que provienen del mismo origen empresarial, que se trata de líneas de productos relacionadas, o que existe una autorización o vínculo entre los titulares. Dicha asociación errónea se ve reforzada por la similitud ortográfica y fonética previamente analizada.

Este riesgo de confusión se agrava aún más en la clase 5, en la cual cualquier error en la identificación del producto puede tener repercusiones relevantes en la salud del consumidor, razón por la cual la normativa exige un mayor nivel de distintividad y diferenciación entre signos que pretendan coexistir en esta categoría.

Así pues, es evidente que existe conexidad competitiva entre los productos identificados por las marcas objeto de cotejo, dado que hay **identidad funcional, coincidencia en el canal comercial y semejanza en el propósito terapéutico** de los bienes que pretenden distinguir.

En consecuencia, la marca NAD (Mixta) se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, por lo que procede la negación de dicho registro.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **SUPLEHERBALS S.A.S**, no dio respuesta a la oposición.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 28 de abril de 2025, las señoras **YULY ALEXANDRA UPEGUI DURANGO** y **MARIA ISABEL PEREZ CARDONA** presentaron oposición al registro con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(…) **Identidad entre los productos de la clase 5**

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están 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 entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género (Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico) – especie (complementos alimenticios), ubicados en la misma clase 5 del nomenclátor internacional.

Así mismo entre las clases 3 y 5 de la marca registrada hay una interconexión coexistencia competitiva de identidad de productos con la marca solicitada clase 5, con un mismo tipo de relación de elementos que confundiría al consumidor promedio, endilgando el mismo origen empresarial, cuando no lo es, entre elementos relación genero (Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico) – especie

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

(complementos alimenticios), ubicados en la clase 3 de la marca registrada, como vimos en la cuadro anterior clase 3 vs clase 5.

Sumado a lo anterior, y dadas las similitudes estructurales entre los signos objeto de estudio, se permiten inferir que de coexistir los signos se generaría un riesgo de confusión hacia los consumidores que, al encontrarlos en el mercado, difícilmente podrán identificar el distinto origen empresarial de los mismos.

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.

Cualquier consumidor podría pensar que las marcas NADWELL (registrada) y NAD (solicitada), tienen la misma procedencia empresarial, llevándolos a creer que su titular quiere ampliar su portafolio de productos en el mercado.

La raíz que tiene la palabra NAD es la sílaba tónica de la palabra NADWELL, de la marca solicitada NAD

El Tribunal Andino ha manifestado (Proceso 1-IP-97):

“La marca, en consecuencia, cumple un papel informativo en cuanto a la procedencia del producto. Para el consumidor, productos similares con una misma marca, deben provenir lógicamente del mismo productor, al que suele atribuírsele determinadas calidades de aptitud, capacidad, responsabilidad y técnica. Así la marca cumple para el consumidor, una función indicadora de la calidad alta o baja, de determinado producto o servicio...”

La marca solicitada a registro, NAD, resulta SIMILARMENTE CONFUNDIBLE con la marca ya registrada, NADWELL, como quiera que el signo solicitado reproduce la SILABA TONICA RELEVANTE del signo antecedente NADWELL, sin que la segunda sílaba que le procede a la palabra NAD, de nuestra marca le adicione mayor fuerza y distintividad a NAD, por lo que, si se registrará, se violarían las normas relativas a la protección de la Propiedad Industrial, que conceden entre otros al titular de un registro de una marca, el Derechos exclusivo a usar dicha marca o conjunto marcario y prohíben el registro de marcas que sean similares a las ya registradas con antelación, para productos iguales o semejantes.

(...) Al realizar la comparación entre marcas denominativa y mixta, se determina que si en la marca 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial.



(...) Los fundamentos de la presente oposición serán los siguientes: 5.1. Comparación de signos visuales

Signo solicitado (NAD):

MARCA REGISTRADA NADWELL (nominativa)

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

NADWELL

5.2. Similitud ortográfica, fonética y conceptual.

- Ambas marcas comparten la raíz “NAD”.
- Existe coincidencia fonética total en su pronunciación inicial.
- El término **NAD** hace referencia directa a la molécula utilizada por NADWELL: nicotinamida adenina dinucleótido.

COMPARACION FONETICA:

N A D W E L L (registrada)

N A D (solicitada)

Como puede observar el despacho la marca NAD tiene la raíz, sin que este cambio le dé la suficiente distintividad frente a la marca ya registrada NADWELL llevando a creer a los consumidores que el signo solicitado es una innovación de la marca ya registrada.

COTEJO MARCARIO

NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL / NAD / NADWELL

Su pronunciación fonética y su escritura estructural es similarmente confundible, por lo que generaría confusión directa e indirecta en el consumidor promedio creyendo que viene del mismo origen empresarial.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **SUPLEHERBALS S.A.S**, no dio respuesta a la oposición.

Que mediante solicitud presentada el 6 de junio de 2025, la sociedad **SUPLEHERBALS S.A.S.**, radicó modificación al signo objeto de estudio, en el sentido de:

“(…) Dónde decía:

Clase 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Debe decir: (Clase 5: Suplementos alimenticios a base de colágeno hidrolizado / complementos alimenticios a base de colágeno hidrolizado para uso en adultos exclusivamente)”

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Modificación a la solicitud de registro

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

De conformidad con el artículo 143 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, el solicitante de un registro de marca podrá pedir que se modifique la solicitud en cualquier momento del trámite, como se muestra:

"(...) El solicitante de un registro de marca podrá pedir que se modifique la solicitud en cualquier momento del trámite. Del mismo modo podrá pedir la corrección de cualquier error material.

Asimismo, la oficina nacional competente podrá sugerir al solicitante modificaciones a la solicitud en cualquier momento del trámite. Dicha propuesta de modificación se tramitará de conformidad con lo establecido en el artículo 144.

En ningún caso la modificación podrá implicar el cambio de aspectos sustantivos del signo o la ampliación de los productos o servicios señalados inicialmente en la solicitud.

Si las normas nacionales lo permiten, se podrán establecer tasas para la solicitud de modificación."

Análisis de la modificación a la solicitud de registro

En el presente asunto, la Dirección logró establecer que la variación pretendida puede ser aceptada, en la medida en que no comporta un cambio sustantivo del signo ni una ampliación de la cobertura originalmente solicitada, sino una **limitación** del catálogo de la clase 5.

En efecto, al sustituirse la descripción amplia de: *"productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario, productos higiénicos y sanitarios para uso médico, alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés, complementos alimenticios, desinfectantes, fungicidas y herbicidas"*, por la formulación: *"suplementos o complementos alimenticios a base de colágeno hidrolizado para uso en adultos exclusivamente"*, el solicitante restringe su pretensión a un subconjunto específico dentro de la misma clase, no desplaza su centro de gravedad hacia otras categorías de bienes, no incorpora rubros antes ausentes y no altera elementos esenciales del signo, de manera que se trata de una **limitación legítima** de la cobertura que el solicitante puede disponer antes de la concesión, conforme al artículo 143 de la Decisión 486.

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 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,

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

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

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486. Confundibilidad con marcas previamente registradas.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	NADWELL	MARIA ISABEL PEREZ CARDONA	SD2023/0092564	12	3, 5	Marca	Registrada	10 dic. 2034
Nominativa	NAT D	MEGA LIFESCIENCES PUBLIC COMPANY LIMITED	SD2021/0099517	11	5	Marca	Registrada	08 jun. 2032
Nominativa	NAN	Société des Produits Nestlé S.A.	922241255	7	5	Marca	Registrada	05 mar. 2031

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0035597

Signo solicitado
 NAD (Mixto)

El signo solicitado, de naturaleza mixta, está compuesto por la expresión “NAD” en letras mayúsculas, con diseño tipográfico estilizado en color azul sobre fondo blanco. Las letras presentan un grosor uniforme y se encuentran alineadas en una sola línea, sin elementos gráficos adicionales.

Signos opositores
NADWELL (Nominativo)
NAT D (Nominativo)
NAN (Nominativo)

Por su parte, los signos opositores son de naturaleza nominativa simple y compuesto, conformados por las expresiones “NADWELL”, “NAT D” y “NAN” sin elementos adicionales.

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Como ocurre en el presente caso, al realizar el cotejo entre signos de carácter mixto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado⁴:

“a) Si en los signos mixtos predomina el elemento nominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con las siguientes reglas para el cotejo de signos denominativos:⁵

(i) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender como el signo es percibido en el mercado.

*(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como por ejemplo tenemos el lexema **deport** en: **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ológico**.*

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.

⁴ TJCA, Proceso 218-IP-2019.

⁵ Ver Interpretación Prejudicial 472-IP-2015 de 10 de junio de 2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

(...)

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

b) Si resultare que el elemento característico de los signos mixtos es el gráfico, se deben utilizar las reglas de comparación para los signos puramente gráficos o figurativos, según sea el caso⁶:

(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe.

(ii) Entre los dos elementos que la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión.

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.⁷

c) Si al realizar la comparación se determina que en los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a confusión entre los signos, pudiendo estos coexistir pacíficamente en el ámbito comercial, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.⁸

Comparación entre signos mixtos y nominativos:

De otra parte, al efectuarse la comparación entre un signo denominativo y uno mixto, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁹

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

⁶ En la Interpretación Prejudicial 524-IP-2016 de 12 de junio de 2017, el TJCA recogió las siguientes definiciones:

El trazado: son los trazos del dibujo que forman el signo.

El concepto: es la idea o concepto que el dibujo suscita en la mente de quien la observa.

Los colores: si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.

⁷ Ver Interpretación Prejudicial 161-IP-2015 del 27 de octubre de 2015.

⁸ Ver Interpretación Prejudicial 106-IP-2015 de 20 de julio de 2015.

⁹ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015.

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)¹⁰*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas¹¹ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

¹⁰ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

¹¹ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”¹²

Análisis comparativo

Siguiendo con las reglas determinadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el examen debe realizarse atendiendo a la comparación entre un signo mixto y signos denominativos, sin perder de vista que, tratándose de marcas integradas por letras, la forma de graficarlas puede tornar secundario el contenido literal y aumentar la distintividad del conjunto.

Así las cosas esta observa que si bien los signos comparados “**NAD**” vs. “**NADWELL**”, “**NAT D**” y “**NAN**” comparten cierta semejanza, al compartir algunas partículas, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

En primer lugar, el Tribunal Andino, mediante pronunciamiento expedido dentro del Proceso 131-IP-2019, del 29 de julio de 2020, realizó las siguientes apreciaciones sobre las marcas conformadas por letras:

“(…) 2.2. Al respecto, el Tribunal ha establecido que las letras son registrables como marcas salvo que sean descriptivas (lo cual incluye abreviaciones o acrónimos), indicativas, genéricas, necesarias, usuales o carentes de distintividad en su conjunto. El mismo criterio es aplicable para combinaciones de números y letras.”¹³

“(…) 2.4. En suma, el carácter distintivo de un signo compuesto por letras deberá analizarse de acuerdo al producto o servicio que se pretende distinguir. En otras palabras, si es arbitrario respecto del producto o servicio de que se trate, será registrable; de lo contrario si el signo resulta descriptivo, genérico o de uso común en relación al respectivo producto o servicio, no será registrable.

2.5. En ese sentido, si un signo compuesto por letras es asociado con los usos del comercio del producto o servicio que se pretende distinguir, su aptitud distintiva será menor. De igual manera, si dichas letras evocan, próxima o estrechamente, alguna característica del producto o servicio para el cual se solicita el registro, el carácter distintivo de este disminuirá.

2.6. Adicionalmente, la estilización también aumenta la aptitud distintiva de signos conformados por letras o números, o combinaciones de estos. En otras palabras, cuando la estilización sea tal que las letras o los números son secundarios al diseño del signo en su conjunto y, en consecuencia, a la percepción general del signo, el carácter distintivo de este será mayor.”

En esa línea, esta Dirección recuerda que las letras, en abstracto, no son apropiables de manera exclusiva, razón por la cual la confrontación no puede fundarse únicamente en que los signos compartan una o dos letras, sino que debe ponderarse cómo se presentan, se estructuran y se recuerdan en el mercado.

En primer lugar, frente al signo opositor “**NADWELL**”, si bien existe coincidencia en el segmento inicial “**NAD**”, la denominación del antecedente incluye el añadido “**WELL**”, el cual no es accesorio, sino que transforma la palabra en una unidad más larga y de

¹² TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

¹³ Interpretación Prejudicial 64-IP-2015 del 27 de mayo de 2015

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

sonoridad distinta. En un examen sucesivo, el consumidor no retiene “**NADWELL**” como “**NAD**”, puesto que la terminación “**-WELL**” introduce un cierre fonético adicional y una mayor extensión que alteran la cadencia del conjunto. Además, el elemento que más impacta en la mente del consumidor, tratándose de una denominación compuesta, no se agota en el inicio, sino en la palabra completa, por lo que la incorporación del segundo segmento genera una impresión global diferenciada. En consecuencia, la coincidencia parcial en la raíz no es suficiente para concluir confundibilidad cuando el conjunto final difiere claramente.

En segundo lugar, respecto de **NAT D**, la divergencia es más marcada por dos razones concurrentes, de una parte, cambia una letra determinante en un signo corto (**NAD** vs **NAT**), sustituyendo la consonante final **D** por **T**, lo que modifica de manera sensible la percepción visual y, sobre todo, la pronunciación; de otra parte, el antecedente se presenta como una expresión **separada** (“**NAT**” + “**D**”), estructura que el consumidor percibe como distinta frente a un vocablo compacto de tres letras. En signos breves, cada grafema tiene alto peso distintivo, así que la variación D/T y la segmentación del conjunto funcionan como factores diferenciadores suficientes.

Finalmente, frente a **NAN**, aunque se comparte la inicial “**NA**”, el tercer grafema es distinto (**D** vs **N**), diferencia que en signos de tres letras es decisiva, pues el consumidor fija gran parte del recuerdo justamente en la consonante final. Además, en el plano fonético, “**NAD**” y “**NAN**” no son equivalentes, debido a que en el cierre en **D** se presenta una articulación oclusiva, mientras que el cierre en **N** es nasal, lo que genera una sonoridad claramente diferenciable incluso en examen sucesivo. En el plano ortográfico, la sustitución de la última consonante altera la silueta del vocablo y evita que pueda afirmarse identidad o alta semejanza.

En conclusión, aun dejando de lado el componente gráfico, esta Dirección estima que **NAD** no es similarmente confundible con los signos antecedentes **NADWELL**, **NAT D** ni **NAN**, puesto que no existe coincidencia plena de estructura ni de secuencia denominativa y, especialmente, porque en denominaciones cortas las diferencias en extensión (**NAD** vs **NADWELL**), en composición y segmentación (**NAD** vs **NAT D**) y en la consonante final (**NAD** vs **NAN**) resultan suficientes para generar impresiones de conjunto distintas y descartar riesgo de confusión o de asociación respecto del origen empresarial.

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos identificados por los mismos.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por la sociedad **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**

ARTÍCULO 2: Declarar infundada la oposición interpuesta por la sociedad **MEGA LIFSCIENCES PUBLIC COMPANY LIMITED**.

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

ARTÍCULO 3: Declarar infundada la oposición interpuesta por las señoras **YULY ALEXANDRA UPEGUI DURANGO** y **MARIA ISABEL PEREZ CARDONA**.

ARTÍCULO 4: Conceder el registro de la Marca NAD (Mixta).

NAD

Reivindicación de colores:

Azul C100 M0 Y0 K0
Blanco C0 M0 Y0 K0

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

5: Suplementos alimenticios a base de colágeno hidrolizado; complementos alimenticios a base de colágeno hidrolizado para uso en adultos exclusivamente.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: **SUPLEHERBALS S.A.S.**
Carrera 69p #65-21
BOGOTÁ 1111 D.C.
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 6: Notificar a la sociedad **SUPLEHERBALS S.A.S.**, solicitante del registro y a las opositoras las sociedades **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, **MEGA LIFESCIENCES PUBLIC COMPANY LIMITED**, y las señoras **YULY ALEXANDRA UPEGUI DURANGO**, y **MARIA ISABEL PEREZ CARDONA**, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 7: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA

Ref. Expediente N° SD2025/0035597

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

