

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 4827

Ref. Expediente N° SD2025/0051038

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 28 de mayo de 2025, BLOOM NU LLC, solicitó el registro de la Marca BLOOM GREENS & SUPERFOODS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1069, 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 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 5: Suplementos dietéticos, a saber, polvos enriquecidos con nutrientes de origen vegetal; Suplementos dietéticos, a saber, mezclas en polvo de raíces, enzimas, frutas, verduras y hortalizas; Suplementos nutricionales, a saber, polvos que contienen aminoácidos; Suplementos dietéticos, a saber, proteínas de suero en polvo; Suplementos nutricionales en forma de mezclas de bebidas en polvo enriquecidas con vitaminas y extractos de hojas de té; Suplementos dietéticos en forma de suplementos que contienen matcha en polvo; Suplementos vitamínicos compuestos de vitaminas y aceites de pescado en forma de cápsulas, polvos y gomitas; Suplementos vitamínicos, a saber, vitaminas y suplementos que contienen aceites de pescado, en forma de cápsulas, polvos y gomitas.

Ref. Expediente N° SD2025/0051038

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	Estado	vigencia
Mixta	INMORTAL SUPERFOODS	ELIXIR BY LA MAGA S.A.S.	SD2021/0018923	11	5	Marca	Registrada	15/10/2031
Mixta	GREENS BEST nature's purest form of energy	MAHIMA FOR LIFE COLOMBIA S.A.S.	15138426	10	5	Marca	Registrada	02/11/2026
Mixta	Canna Bloom	Jhonathann Jiménez Leal	SD2022/0100147	11	5	Marca	Registrada	08/08/2033

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° SD2025/0051038

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	  Pantone 281 U / C:25 M:5 Y:55 K:0 Pantone 565 U / C:65 M:15 Y:100 K:2 Pantone 572 U / C:45 M:5 Y:70 K:3 Synography Quadranta Bold Pantone 281C / C:25 M:5 Y:55 K:0

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

A su vez el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el elemento nominativo de cada signo es el preponderante dentro de sus respectivos conjuntos, toda vez que son las palabras las que generan un mayor impacto en la percepción del consumidor, al constituir el medio principal mediante el cual identificaría o solicitaría los productos y servicios amparados por dichas marcas.



Ref. Expediente N° SD2025/0051038

BLOOM GREENS & SUPERFOODS Vs. INMORTAL SUPERFOODS

Al analizar en conjunto las denominaciones “BLOOM GREENS & SUPERFOODS” (signo solicitado) y “INMORTAL SUPERFOODS” (marca registrada), se advierte que presentan similitudes relevantes desde el punto de vista ortográfico y conceptual, en tanto ambas incorporan de manera idéntica el término destacado “SUPERFOODS”, compartiendo además una carga conceptual vinculada al bienestar, la vitalidad y las propiedades superiores de los alimentos, y generan una impresión global convergente que puede inducir al consumidor a pensar que proceden de un mismo origen empresarial, especialmente tratándose de productos afines dentro del ámbito de la nutrición y los suplementos saludables.

BLOOM GREENS & SUPERFOODS Vs. GREENS BEST NATURE’S PUREST FORM OF ENERGY

Al analizar las denominaciones “BLOOM GREENS & SUPERFOODS” (signo solicitado) y “GREENS BEST NATURE’S PUREST FORM OF ENERGY” (marca registrada), este Despacho observa que los signos presentan similitudes relevantes desde el punto de vista ortográfico y conceptual, particularmente por la presencia del elemento coincidente “GREENS”, que constituye un término distintivo dentro del sector de productos naturales y suplementos, así como por la afinidad conceptual derivada de que ambos signos evocan ideas vinculadas a la naturaleza, la pureza, la energía y los beneficios de alimentos de origen vegetal, generando una impresión global que puede llevar al consumidor a asociar los productos con un mismo origen empresarial o con líneas complementarias dentro del mismo mercado.

BLOOM GREENS & SUPERFOODS Vs. CANNA BLOOM

Asimismo, al analizar las denominaciones “BLOOM GREENS & SUPERFOODS” (signo solicitado) y “CANNA BLOOM” (marca registrada), se observa que los signos presentan similitudes relevantes desde los puntos de vista fonético y visual, en la medida en que ambos comparten el elemento “BLOOM”, el cual posee carácter distintivo y genera una impresión sonora y visual coincidente que predomina en la percepción del consumidor medio.

Si bien el signo solicitado incorpora los términos adicionales “GREENS & SUPERFOODS”, junto con un componente gráfico, dichas adiciones no resultan suficientes para neutralizar la coincidencia principal, toda vez que se perciben como descriptivas o evocativas de las características, ingredientes o naturaleza de los productos, careciendo de fuerza distintiva que desplace la atención del consumidor del elemento común “BLOOM”. En consecuencia, la impresión global de los signos continúa centrada en dicho elemento compartido, lo que genera un riesgo de confusión o de asociación, pudiendo el consumidor asumir erróneamente que los productos distinguidos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas.

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.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0051038

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 5: Suplementos dietéticos, a saber, polvos enriquecidos con nutrientes de origen vegetal; Suplementos dietéticos, a saber, mezclas en polvo de raíces, enzimas, frutas, verduras y hortalizas; Suplementos nutricionales, a saber, polvos que contienen aminoácidos; Suplementos dietéticos, a saber, proteínas de suero en polvo; Suplementos nutricionales en forma de mezclas de bebidas en polvo enriquecidas con vitaminas y extractos de hojas de té; Suplementos dietéticos en forma de suplementos que contienen matcha en polvo; Suplementos vitamínicos compuestos de vitaminas y aceites de pescado en forma de cápsulas, polvos y gomitas; Suplementos vitamínicos, a saber, vitaminas y suplementos que contienen aceites de pescado, en forma de cápsulas, polvos y gomitas.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes

Productos

SD2021/0018923 **Clase 5:** Aislados de proteína de suero de leche [suplementos dietéticos]; aislados de proteína de suero de leche en cuanto suplementos dietéticos; barras energéticas utilizadas como suplementos nutricionales; bebidas nutricionales en cuanto suplementos alimenticios; concentrados de proteína de suero de leche [suplementos dietéticos]; concentrados de proteína de suero de leche en cuanto suplementos dietéticos; proteínas de suero de leche [suplementos alimenticios]; proteínas de suero de leche [suplementos dietéticos]; proteínas de suero de leche [suplementos nutricionales]; proteínas de suero de leche en cuanto suplementos alimenticios; proteínas de suero de leche en cuanto suplementos dietéticos; proteínas de suero de leche en cuanto suplementos nutricionales; proteínas de suero de leche en polvo [suplementos nutricionales]; proteínas de suero de leche en polvo en cuanto suplementos nutricionales; suplementos alimenticios; suplementos alimenticios a base de proteínas; suplementos alimenticios a base de proteínas vegetales en forma de polvo; suplementos alimenticios dietéticos; suplementos alimenticios en polvo a base de proteínas; suplementos alimenticios en polvo a base de proteínas vegetales; suplementos alimenticios minerales; suplementos alimenticios para seres

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° SD2025/0051038

humanos; suplementos de proteína de suero de leche; suplementos dietéticos; suplementos dietéticos para el control del peso corporal; suplementos dietéticos y nutricionales; suplementos nutricionales; suplementos nutricionales y alimenticios.

15138426 **Clase 5:** Productos farmacéuticos, higiénicos y sanitarios; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico, complementos nutricionales para seres humanos; emplastos.

SD2022/0100147 **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.

Conexión competitiva entre los productos de las marcas registradas y los productos del signo pretendido, en la clase 5 internacional

Dada la cobertura de los signos enfrentados, este Despacho advierte que existe una relación de conexidad derivada de la intercambiabilidad que podría presentarse en el consumidor al encontrar ambos signos en el mercado, pues en este caso en particular, no hay duda de la relación existente entre los productos que se identifican o se pretenden identificar en la clase 5 de la nomenclatura internacional. Lo anterior, toda vez que se trata de “*Suplementos dietéticos; suplementos nutricionales; alimentos y sustancias dietéticas entre otros*”, que satisfacen una misma necesidad. En ese sentido, es claro que los productos de las marcas registradas podrían ser sustituidos por los productos de la marca solicitada dada su finalidad e identidad.

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

Finalmente, y dado el tipo de establecimientos en los que se ponen a disposición los suplementos dietéticos, nutricionales, como los demás alimentos dietéticos, tales como tiendas naturistas, supermercados, farmacias, plataformas de comercio electrónico y puntos especializados en productos de salud y bienestar, así como la forma en que estos bienes se ofrecen y llegan al consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales de comercialización, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial, cuando la realidad es que se trata de empresarios distintos.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0051038

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca BLOOM GREENS & SUPERFOODS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por BLOOM NU LLC, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a BLOOM NU LLC, 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 27 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 5: Suplementos dietéticos, a saber, polvos enriquecidos con nutrientes de origen vegetal; Suplementos dietéticos, a saber, mezclas en polvo de raíces, enzimas, frutas, verduras y hortalizas; Suplementos nutricionales, a saber, polvos que contienen aminoácidos; Suplementos dietéticos, a saber, proteínas de suero en polvo; Suplementos nutricionales en forma de mezclas de bebidas en polvo enriquecidas con vitaminas y extractos de hojas de té; Suplementos dietéticos en forma de suplementos que contienen matcha en polvo; Suplementos vitamínicos compuestos de vitaminas y aceites de pescado en forma de cápsulas, polvos y gomitas; Suplementos vitamínicos, a saber, vitaminas y suplementos que contienen aceites de pescado, en forma de cápsulas, polvos y gomitas.