

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 8295

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

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 día 2 de julio de 2025, la sociedad **NUTRA TRADE S.A.S.**, solicitó el registro de la marca **FLEXOSAMINE** (nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1072 del 07 de julio de 2025, la sociedad **AGROVET MARKET S.A.** presentó oposición con fundamento en la causal de Irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 y el artículo 147 de la Decisión 486 de 2000.

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

“(…) QUINTO:

La marca solicitada, denominada FLEXOSAMINE (Nominativa) Clase 5 internacional, Expediente No. SD2025/0064923, es similar y por consiguiente confundible con la marca ARTROSAMINE (nominativa) Clase 5, registrada en el Perú por parte de la sociedad AGROVET MARKET S.A. DE: LIMA, PERÚ, desde los puntos de vista gráfico, ortográfica, fonético y conceptual.

La confusión que se presenta entre las marcas en conflicto, se puede observar en el siguiente análisis de comparación:

ASPECTO GRAFICO:

Marca solicitada en Colombia FLEXOSAMINE Clase 5

Marca Registrada en Perú ARTROSAMINE Clase 5

Como se puede observar la marca solicitada, tiene en su composición y en el mismo siete (7) letras de las once (11) letras que conforman la marca con derecho preferente a favor de mis mandantes, con la única diferencia que la marca solicitada tiene la expresión “FLEXO” que cambia por la expresión “ARTRO” en la marca registrada, teniendo entonces las marcas en conflicto similitud vocálica y consonántica y compartiendo ambas el sufijo “SAMINE”, lo que hace que desde el punto de vista gráfico sean percibidas de forma muy similar por el público consumidor, lo que conlleva a que sean confundibles o eventualmente se presente

¹ 5: Comprimidos de vitaminas; suplementos alimenticios; suplementos alimenticios a base de frutas; suplementos alimenticios a base de minerales; suplementos alimenticios a base de oligoelementos; suplementos alimenticios antioxidantes; suplementos alimenticios minerales; suplementos alimenticios minerales para seres humanos; suplementos alimenticios para humanos; suplementos alimenticios para personas; suplementos alimenticios para uso terapéutico; comprimidos de complemento de calcio; comprimidos de suplemento de calcio; comprimidos [productos farmacéuticos]; comprimidos vitamínicos; complementos de calcio; suplementos vitamínicos y minerales; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; suplementos homeopáticos; suplementos nutricionales; suplementos vitamínicos; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto suplementos nutricionales y dietéticos; complementos a base de hierbas; extractos de hierbas [complementos alimenticios], que no sean aceites esenciales; extractos de hierbas [suplementos alimenticios], que no sean aceites esenciales; preparaciones y suplementos para la salud; remedios a base de hierbas; complementos dietéticos de ácido fólico; suplementos dietéticos de ácido fólico; pastillas de vitaminas; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; vitaminas; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto complementos nutricionales y dietéticos; vitaminas para adultos; complementos alimenticios minerales; complementos alimenticios minerales para seres humanos; antioxidantes utilizados como complementos alimenticios; antioxidantes utilizados como suplementos alimenticios; complementos alimenticios antioxidantes; pastillas antioxidantes.



Ref. Expediente N° SD2025/0064923

riesgo de confusión entre ellas.

(...) ASPECTO FONÉTICO:

En el aspecto fonético, también hay similitud, debido a que las marcas comparadas en cuanto a las expresiones: FLEXOSAMINE Vs ARTROSAMINE, tienen una pronunciación muy similar, no solo por el hecho de que tienen una segmentación silábica similar (cuatro sílabas con acento en la tercera sílaba, ("sa"), sino también, porque tienen terminaciones auditivamente idénticas ("samine"), lo que incrementa el riesgo de error en su pronunciación, especialmente en contextos orales como consultas médicas o farmacias.

(...) ASPECTO ORTOGRÁFICO:

Si desde el punto de vista gráfico y fonético se ha demostrado que existen similitudes en cuanto a las expresiones: FLEXOSAMINE Vs ARTROSAMINE, en el presente caso, desde el punto de vista ortográfico no existe la menor duda de que existe confusión entre los signos analizados, ya que según la Jurisprudencia marcaría para que dos marcas sean confundibles no es necesario que sean idénticas, sino que estructuralmente sean similares, lo que sucede en el presente caso, donde se observa que los signos comparados son similarmente confundibles.

(...) ASPECTO CONCEPTUAL: Finalmente, también se puede observar en la presente demanda de oposición que existe confundibilidad en este aspecto entre las expresiones: FLEXOSAMINE Vs ARTROSAMINE, ya que si como lo señaló El Tribunal Andino de Justicia en proceso 125-IP-2008: "la similitud ideológica, se configura entre los signos que evocan una idea idéntica o semejante"; para el caso que nos ocupa entre los signos comparados, se aprecia de forma evidente que existe dicha similitud ideológica, ya que las marcas comparadas evocan una misma idea.

En el presente caso, reitero que en el presente caso las marcas en conflicto evocan una misma idea, ya que ambas hacen referencia a la salud articular, ya que mientras la expresión: "FLEXOSAMINE" sugiere flexibilidad o alivio en el movimiento, la expresión "ARTROSAMINE" se refiere directamente a las articulaciones o a la artrosis, lo que da lugar a que el consumidor perciba los productos como provenientes del mismo origen empresarial o piensa que son complementarios, presentándose la confusión directa, indirecta o inclusive la confusión por asociación.

Lo anterior, es corroborado con las interpretaciones prejudiciales y la jurisprudencia que señalan que el cotejo marcario debe realizarse desde una visión de conjunto, sucesiva y atendiendo más a las semejanzas que a las diferencias, y debe contemplar la percepción del consumidor promedio en el mercado correspondiente. En ese sentido, las raíces "Flexo" y "Artr", si bien distintas, operan dentro de un contexto semántico y estructural similar, y su combinación con el mismo sufijo hace que las diferencias resulten menos relevantes frente a la impresión general que reciben los consumidores.

Teniendo en cuenta lo expuesto, se puede observar que, en el presente caso, existe confundibilidad entre las marcas en conflicto denominadas: FLEXOSAMINE Vs ARTROSAMINE, no solo porque son confundibles en los aspectos gráfico, ortográfico, fonético, y conceptual, sino también por el hecho de que protegen productos idénticos y similares como son los productos farmacéuticos de la clase 5 Internacional, y por dicho motivo el público consumidor se confunde, al considerar que los productos con la marca FLEXOSAMINE (Nominativa) Clase 5 internacional, Expediente No. SD2025/0064923, son productos idénticos o complementarios con los que se identifican con la marca: ARTROSAMINE (Nominativa) Clase 5 registrada en Perú y con derecho preferente en Colombia, por parte de la sociedad AGROVET MARKET S.A. DE: LIMA, PERÚ (...).

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **NUTRA TRADE S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(…) ARGUMENTOS

PRIMERO. No existe similitud o semejanza suficiente entre FLEXOSAMINE y ARTROSAMINE, por ende, no existe riesgo de confusión

(…) En otras palabras, para que se configure la causal de irregistrabilidad consagrada en el artículo 136, literal a), de la Decisión 486, se requiere que concurren dos condiciones: 1) La similitud o identidad de los signos, y 2) La relación de conexidad o igualdad de los productos/servicios reivindicados.

En este sentido, frente a la condición número 1, no se evidencia en el presente caso, como a continuación se procederá a demostrar:

Marca Solicitada	Marca Opositora
FLEXOSAMINE	ARTROSAMINE

Antes de realizar el cotejo marcario, es pertinente considerar que las marcas objeto de análisis se encuentran en la clase 5 de la Clasificación de Niza, categoría que comprende productos dietéticos para uso médico o veterinario. Esto implica que dichos productos pueden contener sustancias químicas utilizadas en la fabricación de suplementos, las cuales suelen estar presentes en múltiples formulaciones destinadas al consumo humano o veterinario.

Debido a esa naturaleza química y funcional, resulta válido aplicar a este análisis los criterios desarrollados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de las marcas farmacéuticas, en particular aquellos relacionados con la presencia de partículas de uso común dentro de este sector. Sobre este punto, el Tribunal ha señalado que:

“Las marcas farmacéuticas frecuentemente se confeccionan con la conjunción de elementos de uso general y corriente, que le dan al signo algún poder evocativo (prefijos, sufijos o palabras), ya que ofrecen al consumidor una idea acerca de las propiedades del producto, sus principios activos, su uso terapéutico, etc. Por lo tanto, ningún competidor en el mercado puede apropiarse de tal partícula común.”

(…) Teniendo en cuenta lo anterior, en el caso en concreto, ambas marcas utilizan el sufijo “SAMINE”, el cual es una referencia a la glucosamina en inglés: “glucosamine”, de dicho término en inglés se sustrae el sufijo “SAMINE”. La glucosamina es una sustancia bioactiva popular ampliamente utilizada en enfermedades de las articulaciones, por ejemplo, osteoartritis. La glucosamina está involucrada en la reparación del tejido cartilaginoso. Incluso si el producto no contiene glucosamina en sí, el sufijo “SAMINE” crea una asociación del consumidor con este componente probado y conocido.

(…) En este orden de ideas, la palabra “SAMINE” se usa comúnmente para hacer referencia a productos de salud que buscan mejorar la salud del consumidor en general. Es debido a este uso extendido, que dicha expresión adquiere un carácter genérico, motivo por el cual, conforme lo ha expresado el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en diversas ocasiones, no es posible que se le otorgue a una persona o empresario el derecho exclusivo sobre la expresión o palabra, pues crearía una posición o ventaja injusta ante los demás empresarios.

(…) Adicionalmente, la expresión SAMINE” se encuentra incorporada en marcas registradas que identifican una variedad de productos destinados al consumo humano como medicamentos o suplementos o de higiene, incluidos en los



Ref. Expediente N° SD2025/0064923

productos amparados bajo la clase 5 y 3 de la Clasificación Internacional de Niza, las cuales coexisten pacíficamente sin generar confusión alguna en el consumidor medio. A continuación, se pueden encontrar los ejemplos representativos que evidencian el carácter de uso común del vocablo “SAMINE”:

Expediente	Denominación	Fecha de radicación	Vigencia	Estado
SD2016/0037643	NEOGLUCOSAMINE	25 de Noviembre de 2016	2 de Mayo de 2027	Registrada
SD2018/0051470	TRIGOSAMINE	24 de Julio del 2018	4 de Febrero de 2029	Registrada

(...) • *Secuencia de vocales y consonantes:* Al verificar las marcas, se evidencia que cuentan con una sucesión y longitud de vocales y consonantes completamente distinta, donde solo hay coincidencia en las vocales y consonantes pertenecientes a la partícula “SAMINE”, que no es apropiable:

Vocales		
FLEXOSAMINE		
E	O	
ARTROSAMINE		
A	O	
Consonantes		
FLEXOSAMINE		
F	L	X
ARTROSAMINE		
R	T	R

En resumen, los segmentos “FLEXO” y “ARTRO” presentan claras diferencias gráficas:

- No comparten ninguna letra en la misma posición.
- La configuración visual es distinta: “FLEXO” está compuesta de consonantes y vocales alternadas, mientras que “ARTRO” presenta una estructura con mayor presencia de consonantes consecutivas.
- Las raíces evocan conceptos ortográficamente distantes y no confundibles. Estas diferencias iniciales ubicadas en la parte más perceptible del signo disminuyen de manera significativa cualquier riesgo de similitud ortográfica relevante.

Adicionalmente, el sufijo “SAMINE” presente en ambas marcas es un elemento de uso común en el sector farmacéutico y nutracéutico, derivado del término “glucosamine” (glucosamina), ampliamente utilizado para describir productos destinados a la salud articular. Esta partícula, por su carácter descriptivo o evocativo, no puede ser apropiada de manera exclusiva por un empresario. La coexistencia de marcas en Colombia que contienen el sufijo “SAMINE” demuestra su uso extendido y no exclusivo, en consecuencia, el examen de comparación debe centrarse en los elementos distintivos de cada marca, como son los prefijos “FLEXO” y “ARTRO”, los cuales resultan completamente distintos en su estructura, concepto y pronunciación.

(...) TERCERO. Aspecto fonético

(...) Desde el punto de vista fonético, los signos en el presente caso también divergen considerablemente:

- FLEXOSAMINE se pronuncia /flek-so-sa-mí-ne/
- ARTROSAMINE se pronuncia /ar-tro-sa-mí-ne/

Los prefijos FLEXO y ARTRO tienen sonidos claramente distintos:



Ref. Expediente N° SD2025/0064923

- “FLEXO” comienza con el sonido fricativo /fl/ y una estructura silábica más suave.
- “ARTRO” inicia con /ar/ seguido de la combinación /tr/ que genera un sonido más fuerte y marcado.

CUARTO. Aspecto ideológico

El elemento conceptual o ideológico de una marca es la idea que evoca o transmite el signo en su conjunto, en esta medida, se presenta una similitud cuando ambos signos “evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante”. Ahora bien, se debe tener presente que el elemento para fijar la existencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas. En este caso la similitud ideológica también es inexistente cuando se separa la partícula genérica “SAMINE”.

- El prefijo “FLEXO” proviene de la raíz latina flexus o del término inglés flexible (flexible, móvil). Este prefijo se asocia con la flexibilidad y la movilidad. Enfatiza la función principal del producto: restaurar o mantener la movilidad, lo cual es coherente con suplementos para articulaciones humanas.
- El prefijo “ARTRO” alude claramente a articulaciones, pero su uso es más técnico y se emplea especialmente en productos clínicos enfocados en condiciones articulares.

Ambos evocan ideas relacionadas con articulaciones, pero desde perspectivas distintas, lo cual elimina cualquier carga ideológica que genere riesgo real de confusión. Más aún considerando que la destinación y naturaleza de ambos productos son completamente diferentes, pues existe una diferencia determinante:

- FLEXOSAMINE: es suplemento dietario para consumo humano.
- ARTROSAMINE: suplemento dietario de uso veterinario.

El consumidor, el canal de comercialización y el propósito del producto no coinciden, lo cual refuerza aún más la ausencia de riesgo de confusión.

(...) En el presente caso, el riesgo de confusión directa no se materializa por las siguientes razones:

- Los productos se comercializan en canales completamente distintos, pues FLEXOSAMINE se distribuye en tiendas naturistas, farmacias y canales de consumo humano, mientras que ARTROSAMINE se vende exclusivamente en establecimientos veterinarios o expendios para el cuidado animal. Ello impide que el consumidor se enfrente a ambos signos en un mismo punto de venta o en un mismo contexto de decisión de compra.*
- Los destinatarios finales son diferentes: FLEXOSAMINE está dirigido a consumidores humanos que buscan suplementar la salud articular. ARTROSAMINE está dirigido a propietarios de mascotas o profesionales del ámbito veterinario. Esta diferencia elimina la posibilidad de que un consumidor adquiera uno creyendo que se trata del otro.*
- No existe semejanza marcaría suficiente para inducir a error al público consumidor, conforme a los análisis ortográfico, fonético e ideológico previamente expuestos. Incluso si el consumidor llegara a leer o escuchar ambos signos, las diferencias permiten individualizarlos adecuadamente.*

Frente al supuesto de confusión indirecta, tampoco se configura en este caso, por las siguientes razones:

- Los mercados relevantes son distintos, por lo que el consumidor nunca asociará ambos productos a un mismo empresario, grupo empresarial o línea comercial. La especialización del canal veterinario vs el canal naturista/farmacéutico genera una*

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

separación clara de origen.

ii. La destinación funcional del producto es diferente, aun cuando ambos se orienten a la mejora articular:

- *FLEXOSAMINE corresponde al marco regulatorio de suplementos dietarios para consumo humano.*

- *ARTROSAMINE se encuentra dentro del marco de productos veterinarios, sujetos a una regulación distinta y supervisados por entidades diferentes. Esta diferenciación normativa refuerza la idea de que provienen de actores empresariales no relacionados.*

iii. El consumidor promedio no podría racionalmente inferir una identidad o vinculación empresarial, dado que sería ilógico que una misma empresa comercialice con un mismo signo un producto para humanos y otro para mascotas bajo canales y regulaciones tan separados (...)."

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.

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, 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

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. (...)."

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

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.

Oposición Andina

Artículo 146 de la Decisión 486

“Artículo 146.- Dentro del plazo de treinta días siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés, podrá presentar, por una sola vez, oposición fundamentada que pueda desvirtuar el registro de la marca.

A solicitud de parte, la oficina nacional competente otorgará, por una sola vez un plazo adicional de treinta días para presentar las pruebas que sustenten la oposición.

Las oposiciones temerarias podrán ser sancionadas si así lo disponen las normas nacionales.

No procederán oposiciones contra la solicitud presentada, dentro de los seis meses posteriores al vencimiento del plazo de gracia a que se refiere el artículo 153, si tales oposiciones se basan en marcas que hubieren coexistido con la solicitada.”

Artículo 147 de la Decisión 486

“A efectos de lo previsto en el artículo anterior, se entenderá que también tienen legítimo interés para presentar oposiciones en los demás Países Miembros, tanto el titular de una marca idéntica o similar para productos o servicios, respecto de los cuales el uso de la marca pueda inducir al público a error, como quien primero solicitó el registro de la marca en cualquiera de los Países Miembros. En ambos casos, el opositor deberá acreditar su interés real en el mercado del País Miembro donde interponga la oposición, debiendo a tal efecto solicitar el registro de la marca al momento de interponerla.

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° SD2025/0064923

“La interposición de una oposición con base en una marca previamente registrada en cualquiera de los Países Miembros de conformidad con lo dispuesto en este artículo, facultará a la oficina nacional competente a denegar el registro de la segunda marca.

“La interposición de una oposición con base en una solicitud de registro de marca previamente presentada en cualquiera de los Países Miembros de conformidad con lo dispuesto en este artículo, acarreará la suspensión del registro de marca, hasta tanto el registro de la primera sea conferido. En tal evento será de aplicación en el párrafo precedente”.

Concepto de la norma - supuestos de hecho

Como se desprende del citado artículo 147, para que una oposición andina prospere se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Ser titular o solicitante prioritario de la marca base de la oposición en algún país miembro de la Comunidad Andina de Naciones.
- Que entre los signos cotejados se presente identidad o semejanza, así como que exista relación de productos o servicios, de forma que con la unión de ambos supuestos se induzca al público a error.
- Acreditar el interés real en el mercado, para tales efectos deberá solicitar en el país que se presente la oposición el registro de la marca opositora.

Acreditar el interés real en el mercado

Diferencia entre interés legítimo e interés real en el mercado

Antes de explicar la forma en que se acredite el interés real en el mercado como presupuesto de procedibilidad de la oposición andina, es preciso indicar que el mismo se diferencia del interés legítimo.

De acuerdo con lo anterior, el interés legítimo se refiere a la posibilidad que tiene un tercero para intervenir en el proceso de registro de la marca por considerar que su derecho puede verse afectado, si se presentare alguna de las situaciones contempladas en las causales de irreregistrabilidad del artículo 136 (y también de las contempladas en el artículo 135). De esta manera, el artículo 147 considera que también tiene legítimo interés el titular de un registro marcario en uno cualquier de los países miembros.

Por su parte, el interés real del mercado es una exigencia más, que cualifica y condiciona el interés legítimo, que consiste en que con la presentación de la oposición se radique también la solicitud de registro de la marca que sirve de sustento de la oposición.

La marca con la que se acredita el interés real debe ser la misma que está registrada en el país miembro, por tanto, la marca registrada en otro país miembro de la Comunidad Andina, fundamento de la oposición debe ser igual y contener al menos los mismos productos o servicios reivindicados en el registro previo.

Ahora bien, debe entenderse en el caso particular cuál es el objeto de la oposición, pues por principios de economía, no debería exigirse al opositor la presentación de más de una solicitud para satisfacer el requisito establecido en la norma. En efecto, puede suceder que la marca opositora es mixta o nominativa y se enfrenta a una también mixta o nominativa siendo el argumento central la reproducción de uno de los elementos. De esta

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

manera, el opositor puede acreditar el interés real en el mercado si en su solicitud se encuentra ese elemento que ha sido llevado a la controversia.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Procedencia de la Oposición Andina

Para poder invocar la figura de la oposición andina, el opositor debe contar con un registro concedido o una solicitud en trámite previa a la solicitud nacional contra la cual se pretende oponer, siendo necesario que demuestre la existencia o expectativa del derecho opositor allegando documentación oficial proveniente de la Oficina Nacional Competente que certifique lo expuesto en la oposición (el mejor derecho).

El interés real en el mercado nacional de un opositor andino se representa en la solicitud dentro del país del mismo derecho adquirido con anterioridad dentro de la Comunidad Andina, **debiendo ser idéntico en la configuración del signo y sin posibilidad de añadir productos y/o servicios diferentes a aquellos sobre los cuales ya cuenta protección con el derecho fundamento de la observación.**

La figura de la Oposición Andina no se fundamenta en la afirmación de la existencia de un derecho (o expectativa) dentro de la Comunidad Andina, sino que éste debe coincidir completamente con el antecedente formulado en la oposición, además de estar vigente a la fecha en que se va a tomar una decisión en el trámite colombiano. En el evento que en el trámite colombiano no repose información oficial verificable de la existencia de tal derecho, es improcedente continuar con los argumentos amparados en el artículo 147 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones.

No basta con allegar la información pertinente relacionada con un derecho marcario comunitario, sino que también debe hacerse la solicitud del mismo signo distintivo, con igual cobertura y para la misma clase del nomenclador de manera concomitante con la presentación de la oposición, circunstancia que no ocurre en el presente asunto, siendo improcedente continuar con los argumentos amparados en el artículo 147 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, como se demuestra a continuación:

Valoración del acervo probatorio

En relación con los requisitos que deben reunir las pruebas, el Consejo de Estado, mediante auto de 26 de septiembre de 2019, indicó:

“[...] i) la pertinencia de una prueba debe revisar que la prueba guarde relación con los hechos que se pretenden demostrar; ii) la conducencia de una prueba debe revisar que el medio probatorio propuesto sea adecuado para demostrar el hecho; para lo cual: a) debe estar autorizado y no prohibido expresa o tácitamente por la ley; y b) el medio probatorio no debe estar prohibido en particular para el hecho que con este se pretende probar; iii) la utilidad de una prueba debe revisar que no sea manifiestamente superflua, es decir, que no tenga razón de ser, porque ya están probados los hechos o porque el hecho está exento de prueba [...]”⁴.

En el presente caso se observa la primera situación descrita respecto del supuesto del legítimo interés, en cuanto se verificó que la sociedad **AGROVET MARKET S.A.** es titular de la marca **ARTROSAMINE** en Perú, la cual distingue productos de la clase 05 Internacional, de conformidad con el Certificado de Registro N°114910 de la Dirección de

⁴ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, providencia de 3 de marzo de 2016, C.P. Carlos Enrique Moreno Rubio, núm. único de radicación 11001-03-25-000-2015-00018-00.

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual -INDECOPI- del 06 de abril de 2016 que cursa a folio 13 del escrito de oposición.

Dentro del acervo probatorio, se evidencia el expediente 0265328-2006 concedido mediante Resolución No. 006341-2006/OSD del 05 de mayo de 2006 al signo **ARTROSAMINE** registrado en la clase 05 Internacional para identificar “*productos farmacéuticos de uso médico veterinario*”, vigente hasta el día 05 de mayo de 2026 (folio 13). Con este documento se prueba el registro marcario en Perú que sustentan la oposición Andina.

Tales condiciones están debidamente demostradas, según la información adjunta:

Signo	Titular	Registro	Certificado	Clase	País	Interés Real
ARTROSAMINE	AGROVET MARKET S.A.	006341-2006/OSD	114910	05	Perú	SD2025/0083591

Adicionalmente, tras consultar la base de datos de esta Entidad, se pudo constatar que la sociedad opositora solicitó el registro de la marca **ARTROSAMINE** (Nominativa) para la clase 05 (Expediente No. SD2025/0083591) para distinguir “*Productos farmacéuticos de uso médico veterinario*”, por lo cual se ha demostrado su interés real en el mercado nacional.

Siendo procedente entra a realizar la comparación pertinente.

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Nominativa	ARTROSAMINE	AGROVET MARKET S.A.	SD2025/0083591	12	5	Marca	Interés Real – Bajo Examen de Fondo-

Facultad oficiosa de la Administración

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que el siguiente registro marcario deberá ser tenido en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

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
Nominativa	FLEXAMINE	HIGH NUTRITION COMPANY S.A.S.	SD2019/0098190	11	3	Marca	Registrada	27 jul. 2030
Nominativa	FLEXAMINE	HIGH NUTRITION COMPANY S.A.S.	SD2019/0097742	11	5	Marca	Registrada	11 ago. 2030

Los signos comparados son los siguientes:



Ref. Expediente N° SD2025/0064923

Signo solicitado
FLEXOSAMINE (Nominativo)

El signo solicitado es de naturaleza nominativa simple y se encuentra compuesto por la expresión ‘**FLEXOSAMINE**’.

Signo opositor
ARTROSAMINE (Nominativo)

El signo opositor es de naturaleza nominativa simple y consta de la expresión ‘**ARTROSAMINE**’.

Antecedentes
FLEXSAMINE FLEXSAMINE (Nominativos)

Jurisprudencia

Comparación de signos nominativos

En cuanto a la comparación de signos nominativos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que deben ser tenidas en cuenta las siguientes reglas de comparación:

“(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 cómo 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 ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

- *Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- *Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*
- (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 mercado⁵.*

Análisis comparativo con marca opositora

En la comparación entre el signo solicitado **FLEXOSAMINE** y el signo opositor **ARTROSAMINE**, el examen debe realizarse apreciando cada denominación en su conjunto, tal como es percibida por el consumidor medio, sin fragmentar artificialmente su unidad fonética, aunque identificando los elementos que cumplen una función diferenciadora.

Ahora bien, pese a que ambos signos presentan una estructura formal similar en cuanto a extensión y terminación (SAMINE); sin embargo, el análisis detallado evidencia diferencias relevantes en los elementos que mayor impacto generan en la mente del consumidor.

Desde el punto de vista ortográfico, si bien ambas denominaciones coinciden en la terminación “SAMINE”, este elemento no resulta suficiente, por sí solo, para generar riesgo de confusión, en tanto los prefijos “FLEXO” y “ARTRO” son claramente distintos tanto en su configuración ortográfica como en su carga evocativa. En efecto, dichos prefijos se presentan como lexemas diferenciados, ubicados en la posición inicial del vocablo, que es precisamente aquella que suele captar de manera inmediata la atención del consumidor. La divergencia en esta primera parte del signo imprime una impresión general distinta, que permite al público diferenciar adecuadamente ambas denominaciones.

En el plano fonético, las diferencias también resultan perceptibles. Aunque la sílaba final “SAMINE” coincide y concentra la sílaba tónica, la articulación inicial de “FLEXO” frente a “ARTRO” introduce una variación sonora suficiente para evitar una identidad o similitud relevante. El orden de las vocales y consonantes en la primera parte de cada signo es distinto, generando una cadencia fonética diferenciable en la pronunciación completa de las palabras. Esta divergencia inicial atenúa de manera significativa el impacto de la coincidencia final.

Adicionalmente, aun cuando ninguno de los signos posee un significado propio en castellano, los prefijos empleados remiten, desde una percepción general, a campos

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

conceptuales distintos (flexo- flexión y artro - articulación), lo que refuerza la diferenciación ideológica entre las denominaciones. En consecuencia, el elemento que impacta con mayor fuerza en la mente del consumidor no es la terminación común, sino la raíz inicial claramente distinta, razón por la cual esta Dirección concluye que no se configura riesgo de confusión entre el signo solicitado FLEXOSAMINE y el signo opositor ARTROSAMINE.

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.

Análisis comparativo con signos antecedentes

al comparar el signo solicitado **FLEXOSAMINE** con los signos antecedentes **FLEXSAMINE** / **FLEXSAMINE**, la apreciación conjunta conduce a una conclusión diferente. En este caso, las denominaciones enfrentadas comparten no solo la terminación “SAMINE”, sino también el lexema inicial “FLEX”, que constituye el elemento dominante y de mayor fuerza distintiva dentro del conjunto marcario. Este lexema común se ubica en la parte inicial de los signos y concentra el mayor impacto visual y fonético, conforme a los criterios reiterados por la jurisprudencia andina.

En el plano ortográfico, la diferencia entre “FLEXOSAMINE” y “FLEXSAMINE” se limita a la inclusión de la vocal “O” en el signo solicitado, variación mínima que no altera de manera sustancial la estructura del vocablo ni rompe la continuidad visual de la denominación. La extensión, el orden de las letras y la disposición general de las sílabas se mantienen prácticamente idénticos, lo que reduce significativamente la capacidad de diferenciación para el consumidor medio.

Desde la perspectiva fonética, la semejanza es aún más evidente. Las denominaciones presentan una sonoridad muy próxima, con idéntica secuencia vocálica predominante y una sílaba tónica coincidente en la terminación “SAMINE”. La ligera variación introducida por la vocal intermedia no modifica de forma perceptible la pronunciación global del signo, de modo que ambos se articulan con un ritmo y cadencia prácticamente equivalentes.

Finalmente, al tratarse de signos fantasiosos, carentes de significado en castellano, no existe un contenido conceptual diferenciador que permita al consumidor establecer una clara separación entre las denominaciones. En este escenario, el elemento que impacta de manera más fuerte en la mente del consumidor es la coincidencia casi total del lexema “FLEX” y de la estructura general del vocablo, lo que conduce razonablemente a percibir el signo solicitado como una variante o extensión de los signos antecedentes.

En consecuencia, aplicando los criterios jurisprudenciales de análisis conjunto, lexema común, sílaba tónica, orden de las vocales y elemento dominante, esta Dirección concluye que sí se configura riesgo de confusión entre el signo solicitado FLEXOSAMINE y los signos antecedentes FLEXSAMINE / FLEXSAMINE.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

5: Comprimidos de vitaminas; suplementos alimenticios; suplementos alimenticios a base de frutas; suplementos alimenticios a base de minerales; suplementos alimenticios a base

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

de oligoelementos; suplementos alimenticios antioxidantes; suplementos alimenticios minerales; suplementos alimenticios minerales para seres humanos; suplementos alimenticios para humanos; suplementos alimenticios para personas; suplementos alimenticios para uso terapéutico; comprimidos de complemento de calcio; comprimidos de suplemento de calcio; comprimidos [productos farmacéuticos]; comprimidos vitamínicos; complementos de calcio; suplementos vitamínicos y minerales; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; suplementos homeopáticos; suplementos nutricionales; suplementos vitamínicos; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto suplementos nutricionales y dietéticos; complementos a base de hierbas; extractos de hierbas [complementos alimenticios], que no sean aceites esenciales; extractos de hierbas [suplementos alimenticios], que no sean aceites esenciales; preparaciones y suplementos para la salud; remedios a base de hierbas; complementos dietéticos de ácido fólico; suplementos dietéticos de ácido fólico; pastillas de vitaminas; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; vitaminas; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto complementos nutricionales y dietéticos; vitaminas para adultos; complementos alimenticios minerales; complementos alimenticios minerales para seres humanos; antioxidantes utilizados como complementos alimenticios; complementos alimenticios antioxidantes; pastillas antioxidantes.

Los signos confrontados identifican:

Expedientes

Productos

SD2019/0098190 (3): Aceites esenciales; cosméticos no medicinales; bálsamos que no sean para uso médico; cosméticos; preparaciones de aloe vera para uso cosmético- preparaciones de colágeno para uso cosmético- productos cosméticos para el cuidado de la piel- cremas cosméticas; geles cosméticos.

SD2019/0097742 (5): Productos farmacéuticos; preparaciones para uso médico; aumentos y sustancias dietéticas para uso médico; complementos alimenticios para personas; bálsamos para uso médico; complementos alimenticios; complementos nutricionales; lociones para uso farmacéutico; pastillas para uso farmacéutico; preparaciones balsámicas para uso médico; preparaciones de fitoterapia para uso médico; productos Fito terapéuticos; preparaciones farmacéuticas hechas a base de recursos naturales; preparaciones de oligoelementos para consumo humano- preparaciones de vitaminas; preparaciones farmacéuticas; preparaciones farmacéuticas para cuidar la piel y los huesos; preparaciones farmacéuticas para las articulaciones; preparaciones nutraceuticas para uso terapéutico o médico; suplementos alimenticios; suplementos dietarios; suplementos nutricionales; ungüentos para uso farmacéutico- complementos alimenticios a base de colágeno; fórmulas probióticas para uso médico; remedios herbolarios.

**Productos de la clase 5 (solicitante) frente a productos de la clase 5 (antecedentes)
- Razonabilidad**

Vistas las coberturas enfrentadas, esta Dirección advierte que el signo solicitado en Clase 5 ampara una extensa y detallada gama de productos consistentes en vitaminas, minerales, antioxidantes, suplementos nutricionales, complementos dietéticos, preparados herbales y formulaciones orientadas al mantenimiento, mejora y protección de la salud humana, muchos de ellos con finalidad terapéutica, preventiva o de apoyo

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

médico. Se trata de productos cuya naturaleza es sanitaria y nutracéutica, estructurados en presentaciones típicas del sector farmacéutico —comprimidos, pastillas, suplementos, extractos— y cuyas características técnicas se relacionan con la suplementación del organismo, la corrección de deficiencias nutricionales y el apoyo a funciones fisiológicas específicas.

Por su parte, los productos amparados por los signos confrontados en Clase 5 comprenden productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico, suplementos alimenticios, complementos nutricionales, productos fitoterapéuticos y formulaciones nutracéuticas destinadas igualmente al cuidado de la salud, al tratamiento de condiciones específicas o al fortalecimiento del bienestar general.

Desde la perspectiva de la finalidad y el propósito, ambas coberturas convergen de manera directa en el mismo objetivo económico y funcional: la protección y mejora de la salud mediante el consumo de productos de naturaleza farmacéutica o suplementaria. En cuanto al consumidor medio, se trata de un público que acude a farmacias, tiendas especializadas, establecimientos naturistas o canales de venta similares, y que no siempre distingue con claridad entre suplementos, nutracéuticos y productos farmacéuticos cuando estos se presentan bajo signos semejantes.

En el giro ordinario de los negocios, es habitual que una misma empresa comercialice simultáneamente vitaminas, suplementos, productos farmacéuticos y preparaciones de origen natural, ampliando su portafolio dentro del mismo segmento de mercado, lo que resulta plenamente razonable en la realidad actual del sector salud. Asimismo, la expansión hacia líneas adyacentes o afines dentro de la Clase 5 constituye una práctica común y esperable.

En consecuencia, esta Dirección concluye que existe conexidad competitiva por razonabilidad, generándose un riesgo de asociación, en la medida en que el consumidor puede asumir un origen empresarial común o vinculado entre los productos amparados por los signos enfrentados.

Productos de la clase 5 (solicitante) frente a productos de la clase 3 (confrontados) - Razonabilidad y riesgo de asociación

Vistas las coberturas enfrentadas, esta Dirección observa que el signo solicitado en Clase 5 pretende amparar productos consistentes en suplementos alimenticios, vitaminas, minerales, antioxidantes, complementos dietéticos, preparados herbales y formulaciones orientadas al cuidado integral de la salud humana, muchos de ellos con finalidad terapéutica, preventiva o de apoyo médico. Se trata de bienes cuya naturaleza se inscribe en el ámbito de la salud, el bienestar y la nutrición funcional, dirigidos a incidir de manera directa en el equilibrio fisiológico del organismo.

Por su parte, los productos comprendidos en la Clase 3 de los signos confrontados abarcan aceites esenciales, cosméticos no medicinales, bálsamos, preparaciones de aloe vera y colágeno para uso cosmético, cremas, geles y demás productos destinados al cuidado personal y estético, cuya naturaleza, si bien no es medicinal, se vincula estrechamente con el bienestar corporal, la protección de la piel y la mejora de la apariencia física.

Desde la perspectiva de las características y estructura, esta Dirección advierte que ambos conjuntos de productos resultan comercialmente cercanos. En efecto, tanto los suplementos de la Clase 5 como los cosméticos de la Clase 3 suelen incorporar ingredientes de origen natural, extractos vegetales, antioxidantes, vitaminas, minerales y compuestos funcionales que cumplen un rol activo en el cuidado del cuerpo. Asimismo,

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

no es infrecuente que un mismo fabricante desarrolle líneas paralelas de productos nutricionales y cosméticos, aprovechando insumos comunes, conocimiento técnico compartido y una identidad de marca coherente.

En cuanto a la finalidad y el propósito, si bien los productos de la Clase 5 se orientan primordialmente a la ingesta y al impacto interno en la salud, mientras que los de la Clase 3 están destinados a la aplicación externa con fines cosméticos, ambos convergen en un objetivo común: el bienestar integral del individuo. En la realidad actual del mercado, el concepto de salud y cuidado personal se concibe de manera holística, integrando nutrición, prevención, estética y bienestar emocional. Bajo esta lógica, los suplementos alimenticios y los productos cosméticos se presentan como componentes complementarios de un mismo estilo de vida saludable, lo que refuerza la proximidad funcional entre ambas coberturas.

En relación con el consumidor medio, esta Dirección considera que se trata de un público amplio, no necesariamente especializado, que adquiere estos productos en espacios de comercialización coincidentes, tales como farmacias, droguerías, tiendas especializadas en bienestar, establecimientos naturistas y plataformas digitales. Dicho consumidor está expuesto de manera simultánea a mensajes comerciales relativos tanto a suplementos nutricionales como a cosméticos orientados al cuidado personal, y no siempre distingue con claridad las fronteras técnicas entre ambas categorías cuando los productos se presentan bajo signos semejantes. En este contexto, la percepción de un origen empresarial común o de una relación económica entre los titulares resulta plausible y razonable.

Ahora bien, atendiendo al giro ordinario de los negocios y a la realidad actual del mercado, esta Dirección observa que la industria del bienestar ha experimentado una creciente integración entre los sectores nutracéutico y cosmético. Es habitual que empresas dedicadas a la fabricación o comercialización de suplementos alimenticios amplíen su portafolio hacia productos cosméticos, y viceversa, como parte de planes de expansión empresarial orientados a mercados adyacentes o afines. Esta estrategia responde a la demanda del consumidor por soluciones integrales de cuidado personal y a la optimización de recursos productivos, comerciales y de marketing. En consecuencia, la coexistencia de ambas líneas bajo un mismo signo o signos relacionados resulta plenamente razonable desde una óptica económica y empresarial.

Así, a la luz del criterio sustancial de razonabilidad desarrollado por la Interpretación Prejudicial 2018-IP-100, esta Dirección concluye que entre los productos de la Clase 5 solicitada y los productos de la Clase 3 confrontada existe conexidad competitiva, en la medida en que la proximidad funcional, la convergencia de finalidades, el comportamiento del consumidor medio y la dinámica actual del mercado hacen posible —e incluso probable— que tales productos sean percibidos como provenientes de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas. En consecuencia, se configura un riesgo de asociación relevante desde el punto de vista marcario.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irreregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, respecto de los signos hallados de oficio.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

Ref. Expediente N° SD2025/0064923

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **AGROVET MARKET S.A.**

ARTÍCULO 2. **Negar** el registro de la marca **FLEXOSAMINE** (nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por la sociedad **NUTRA TRADE S.A.S**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3. Notificar a la sociedad **NUTRA TRADE S.A.S**, solicitante del registro y a la sociedad **AGROVET MARKET S.A.**, opositora, 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 4. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 9 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 5: Comprimidos de vitaminas; suplementos alimenticios; suplementos alimenticios a base de frutas; suplementos alimenticios a base de minerales; suplementos alimenticios a base de oligoelementos; suplementos alimenticios antioxidantes; suplementos alimenticios minerales; suplementos alimenticios minerales para seres humanos; suplementos alimenticios para humanos; suplementos alimenticios para personas; suplementos alimenticios para uso terapéutico; comprimidos de complemento de calcio; comprimidos de suplemento de calcio; comprimidos [productos farmacéuticos]; comprimidos vitamínicos; complementos de calcio; suplementos vitamínicos y minerales; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; suplementos homeopáticos; suplementos nutricionales; suplementos vitamínicos; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto suplementos nutricionales y dietéticos; complementos a base de hierbas; extractos de hierbas [complementos alimenticios], que no sean aceites esenciales; extractos de hierbas [suplementos alimenticios], que no sean aceites esenciales; preparaciones y suplementos para la salud; remedios a base de hierbas; complementos dietéticos de ácido fólico; suplementos dietéticos de ácido fólico; pastillas de vitaminas; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; vitaminas; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto complementos nutricionales y dietéticos; vitaminas para adultos; complementos alimenticios minerales; complementos alimenticios minerales para seres humanos; antioxidantes utilizados como complementos alimenticios; antioxidantes utilizados como suplementos alimenticios; complementos alimenticios antioxidantes; pastillas antioxidantes.