

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 16581

Ref. Expediente N° SD2025/0048516

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 22 de mayo de 2025, la sociedad **Citriczyme S.A. DE C.V.**, solicitó el registro de la Marca **CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME (Nominativa)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 1 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1070 del 16 de junio de 2025, la sociedad **Aditivos y Químicos S.A.S Adiquim S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida 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:

“En cuanto a la identidad formal de los signos, establecida en la primera parte del artículo transcrito, esta es incuestionable, el signo solicitado CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME es altamente similar en grado de confusión a la marca opositora CITROZIM, pues, la expresión CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME que se pretende reproduce en gran porcentaje a aquella, sin que la modificación pretendida en la marca solicitada al adicionar la expresión C-ULTRA BY, le otorgue distintividad, dado que los signos, desde su parte fonética y gramatical, siguen siendo casi iguales, pues, en las sílabas que comparten, se encuentra la sílaba tónica de ambas palabras, en una idéntica posición, además, presentan coincidencia en las raíces y terminaciones y en la mayoría de consonantes y vocales, lo que genera que las expresiones sean casi idénticas y que la que se pretende registrar como marca no cuente con una distintividad extrínseca siquiera mínima frente al signo opositor.

Es importante hacer mención de manera enfática en las similitudes fonéticas y gramaticales que se evidencian entre los signos, que, si bien se expondrán de manera más detallada en renglones posteriores, es pertinente mencionarlas desde este momento, pues, son las que más fuerza presentan en la comparación. En este sentido, es claro que las marcas CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME y CITRO-ZIM presentan una evidente similitud fonética que podría generar riesgo de confusión entre los consumidores. Ambas comparten una estructura silábica similar, la raíz “CITR” y la partícula “ZIM”, lo que produce una sonoridad parecida al ser pronunciadas. Además, los sonidos vocálicos y consonánticos predominantes en ambas marcas refuerzan esta similitud. Estas coincidencias fonéticas pueden llevar a que los consumidores perciban una relación entre los signos, especialmente en contextos donde la comunicación es principalmente oral.

(...)

La marca solicitada reproduce casi en su totalidad y de forma idéntica a la marca opositora. Su pronunciación es la misma y da cuenta de dos marcas semejantes a punto de causar confusión y riesgo de asociación. Máxime cuando se advierte que, fonéticamente hablando, NO se evidencia diferencia significativa en su pronunciación

¹ 1: Enzimas para uso industrial; particularmente en la industria del papel.

Ref. Expediente N° SD2025/0048516

más allá de la adición de la expresión C-ULTRA BY y de las pequeñas modificaciones en la palabra en la que radica la fuerza distintiva de ambas marcas, esto es, CITRICZYME / CITRO-ZIM, lo cual, es imperceptible para el consumidor, quien visualizará las marcas de manera sucesiva y no simultánea. Y teniendo en cuenta que la expresión solicitada previamente por mi cliente es fantasiosa para los productos que reivindica, genera mayor potencial distintivo frente a otros signos similares, como lo es la marca CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME.

Ambas marcas comparten el prefijo "CITR-", el cual evoca la raíz "cítrico" (de uso frecuente en productos relacionados con vitaminas, suplementos o componentes naturales), seguido de una terminación con sonoridad prácticamente idéntica: "ZIM" en CITRO-ZIM y "ZYME" en CITRICZYME. Esta última, aunque escrita con "Y", se pronuncia fonéticamente como /zaim/ o /zim/, resultando muy cercana en sonido a la expresión ZIM.

Además, la estructura silábica de ambas marcas es muy similar, ya que siguen el patrón CITR-x-ZIM, lo que contribuye aún más a la posible confusión auditiva entre los signos. La diferencia en letras intermedias ("O" en CITRO-ZIM y "IC" en CITRICZYME) no es suficiente para neutralizar la semejanza fonética general, especialmente teniendo en cuenta que en la práctica comercial muchos consumidores no analizan las marcas con detalle, sino que las perciben de manera global, confiando principalmente en el sonido.

Frente a la marca mixta CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME, es evidente que el elemento distintivo y predominante es CITRICZYME, mientras que la expresión "CULTRA BY" carece de fuerza distintiva frente al conjunto. Por tanto, el consumidor enfocará su atención en el término CITRICZYME, el cual resulta altamente semejante, desde el punto de vista fonético, a CITRO-ZIM, generando un riesgo de asociación indebida, confusión directa o indirecta respecto del origen empresarial de los productos.

Así pues, la expresión objeto de registro, al no contar con un acento particular o con sílaba tónica predeterminada, hace imposible que un consumidor pueda diferenciarla de la marca registrada previamente por mi cliente, en el mercado en el cual están directamente relacionadas.

(...)

La expresión objeto de registro y la marca opositora a favor de mi mandante, se escriben de manera altamente como se desprende de la siguiente comparación:

MARCA SOLICITADA: CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME

MARCA OPOSITORA: CITRO-ZIM

Como puede observarse, las marcas se escriben de manera altamente semejante, cumpliéndose con todos los requisitos previstos por la jurisprudencia respecto del cotejo marcario en su parte gramatical:

1. Semejanza de las letras en conflicto: la marca solicitada se encuentra incursa dentro del signo opositor y comparte casi todas las letras en la misma ubicación y secuencia.

2. Secuencia de las consonantes: son idénticas.

C/T/R/C/Z/M
C/T/R/Z/M

3. Secuencia de las vocales:

Ref. Expediente N° SD2025/0048516

I//Y/E
I/O/I

4. *Sílabo tónica: idéntica. Desde una perspectiva gramatical y morfológica, las expresiones CITRICZYME y CITRO-ZIM comparten una estructura lingüística similar, construida mediante la unión de un prefijo de raíz científico-descriptiva y un sufijo de connotación técnica o especializada, lo cual genera una composición que resulta análoga en su forma de construcción, longitud y función dentro de la marca.*

Ambas expresiones inician con una raíz relacionada con la palabra "cítrico" (CITRO / CITRIC), que actúa como modificador y establece una referencia común al mismo campo semántico —el de los productos derivados o relacionados con frutas cítricas, enzimas naturales, suplementos o compuestos químicos naturales. Esta raíz, además de tener un origen léxico común, se ubica gramaticalmente como el lexema base de cada una de las expresiones, confirmando a ambas marcas un punto de partida común en su estructura.

El sufijo -ZIM en CITRO-ZIM y -ZYME en CITRICZYME representa una forma derivada del término enzyme (enzima), utilizado frecuentemente en el ámbito científico, alimentario o farmacéutico para aludir a ingredientes activos o propiedades funcionales de ciertos productos. Aunque con distinta ortografía, ambos sufijos desempeñan una función gramatical similar: transforman la raíz inicial en un término técnico compuesto, de carácter descriptivo, especializado y aparentemente formulado con base en reglas de formación de palabras en inglés técnico-científico.

Ambas marcas, por tanto, se construyen gramaticalmente como compuestos léxicos especializados, en los que un prefijo alusivo al ingrediente o naturaleza del producto (CITRO/CITRIC) se une a un sufijo que connota su funcionalidad o composición (ZIM/ZYME). Este paralelismo gramatical contribuye a que los signos sean fácilmente confundibles, no solo por su fonética, sino también por su forma de construcción y el tipo de asociación que generan en el consumidor.

Así, la expresión CITRICZYME, contenida dentro de la marca solicitada CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME, reproduce la misma lógica gramatical y estructura morfológica que la marca registrada CITRO-ZIM, lo cual refuerza el riesgo de asociación y confundibilidad entre ambos signos, particularmente tratándose de productos del mismo sector o con finalidades similares. Todo lo anterior propugna por la identidad formal de los signos, lo que encaja en la primera parte del tipo jurídico debatido, ya que el signo solicitado es casi idéntico a la marca opositora, CITRO-ZIM, y generaría confusión en el mercado.

En consecuencia, debe concluirse que la marca CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME no es registrable por reproducir el núcleo distintivo de la marca previamente registrada CITRO-ZIM, y generar un riesgo de confusión en el mercado, especialmente al tratarse de productos que pueden compartir canales de distribución, público objetivo y finalidad funcional o terapéutica.

(...)

En el presente caso, en aplicación de las reglas básicas para el cotejo marcario, tenemos que, en efecto, las marcas resultan idénticas viéndolas desde su conjunto, ya que, teniendo en cuenta que las marcas se mencionan con las fuerzas de las palabras CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME y CITRO-ZIM, impactan de la misma manera en la mente del consumidor; por lo que, de permitirse su registro, se pondría al consumidor en la incapacidad de decidir, ya que, las encontrará de manera individualizada, en el mismo mercado y para productos conexos, y una será la recordación, indefectiblemente, de la otra; no existe entre los signos enfrentados diferencias que puedan ser tenidas en cuenta al momento de cotejar los signos, pues, no se torna relevante la transposición de los vocablos.

Ref. Expediente N° SD2025/0048516

(...)

Si bien los productos amparados por la marca solicitada y la marca opositora se encuentran formalmente clasificados en clases distintas del nomenclador internacional, lo cierto es que entre ellos existe una clara conexidad competitiva, dada su naturaleza funcional complementaria, su potencial coincidencia en canales de distribución especializados y su posible destino a industrias afines, particularmente en sectores técnico-productivos vinculados al procesamiento de materias orgánicas, formulación de aditivos y manejo biotecnológico en contextos industriales o agroindustriales.

Por un lado, la marca solicitada pretende amparar enzimas industriales utilizadas para el control de mezclas de compuestos orgánicos, lo cual no se restringe a un único campo de aplicación, sino que puede estar dirigido a sectores como el de los aditivos alimentarios, biotecnología, química aplicada o farmacología veterinaria, donde dichas enzimas pueden desempeñar funciones específicas en el procesamiento, fermentación o transformación de productos orgánicos, incluyendo piensos, suplementos o tratamientos destinados a animales.

Por otro lado, los productos de la marca opositora incluyen cultivos de microorganismos, suplementos nutricionales, proteínas, complementos alimenticios y aditivos medicinales para animales, todos los cuales pueden incorporar enzimas como ingredientes activos o depender de procesos enzimáticos para su elaboración, lo que crea una interrelación técnica directa entre ambas categorías.

Adicionalmente, en la práctica comercial, empresas del sector veterinario, farmacéutico o agroindustrial pueden desarrollar y comercializar tanto enzimas industriales como suplementos o aditivos para animales, utilizando canales de distribución comunes, ferias industriales compartidas, proveedores especializados y públicos profesionales coincidentes (tales como laboratorios, veterinarios, productores de piensos, granjas tecnificadas y distribuidores agropecuarios).

Así, aunque los productos no comparten la misma clase arancelaria, se evidencia una conexidad competitiva objetiva al tener una relación funcional, técnica y de uso, que puede inducir al consumidor profesional o técnico a pensar erradamente que los productos ofrecidos bajo los signos enfrentados provienen del mismo origen empresarial o económico.”

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

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0048516

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 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

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Nominativa	CITRO-ZIM	ADITIVOS Y QUIMICOS	13057760	10	31	Marca	12/09/2033	Registrada

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° SD2025/0048516

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Nominativa	CITRO-ZIM	S.A.S ADIQUIM S.A.S	13057746	10	5	Marca	12/09/2033	Registrada
Nominativa	CITRO-QUIM		13057757	10	1	Marca	12/09/2033	Registrada
Nominativa	CITRO-QUIM		13057752	10	5	Marca	12/09/2033	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME	CITRO-ZIM / CITRO-ZIM / CITRO-QUIM / CITRO-QUIM

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Reglas de conexidad de productos y servicios

- “1° En primer lugar, el comprobar o no si son coincidentes los canales de comercialización o distribución de los productos y servicios comparados...la identidad de los canales de comercialización será un indicio claro de la similitud de los productos comparados cuando éstos se ofrecen al público en establecimientos especializados en la venta de tales productos o bien en una sección especializada de unos grandes almacenes o de un supermercado (...).
- 2° En segundo lugar, debe indagarse si los productos o servicios comparados se destinan a los mismos fines o tienen aplicaciones coincidentes... En efecto, como enseña la experiencia del derecho antitrust, el mercado relevante está constituido por aquellos productos o servicios que los consumidores consideran razonablemente intercambiables para la satisfacción de las mismas necesidades...
- 3° A la hora de apreciar la similitud, debe otorgarse, en cambio, un relieve más limitado a la pauta consistente en determinar si los productos comparados tienen una naturaleza, estructura o características idénticas o afines... en los supuestos en que los productos sean adquiridos por consumidores no especializados, se atenúa sensiblemente la importancia de este dato. Porque las más de las veces el consumidor no profesional ignora o presta escasa atención a la estructura, composición o características de los productos (...).
- 4° Al enjuiciar la similitud de los productos, la jurisprudencia alemana tiende a conceder un peso decisivo a la circunstancia de si los productos confrontados son por la general fabricados o elaborados por una misa empresa. Frente a esta tendencia, hay que destacar, no obstante, que esta pauta debe ser aplicada únicamente en la hipótesis que los productos pueden ser adquiridos por consumidores profesionales y expertos que conocen los programas industriales de las empresas fabricantes de los correspondientes productos (...). Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.⁴

⁴ Estos criterios han sido tratados por la doctrina sobre la materia. Como ejemplo, Carlos Fernández Novoa, manifiesta lo siguiente: “(...) ha de ser realizada una visión de conjunto o sintética, operando con la totalidad de los elementos integrantes, sin descomponer su unidad fonética y gráfica en fonemas o voces parciales, teniendo en cuenta, por lo tanto, en el juicio comparativo la totalidad de las sílabas y letras que forman los vocablos de las marcas en pugna, sin perjuicio de destacar aquellos elementos dotados de especial eficacia caracterizante, atribuyendo menos valor a los que ofrezcan atenuada función diferenciadora. (...) han de considerarse semejantes las marcas comparadas cuando la sílaba tónica de las mismas ocupa la misma posición y es idéntica o muy difícil de distinguir. (...) la sucesión de las vocales en el mismo orden habla a favor de la semejanza de las marcas comparadas porque la sucesión de vocales asume una importancia decisiva para fijar la sonoridad de una denominación. (...) en el análisis de las marcas denominativas hay que tratar de encontrar la dimensión más característica de las denominaciones confrontadas: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor y determina, por lo mismo, la impresión general que la denominación va a suscitar en los consumidores”. FERNANDEZ Novoa, Carlos. Ob. Cit. Págs. 199 y SS.



Ref. Expediente N° SD2025/0048516

De la conexión competitiva entre los signos confrontados

Esta Dirección en primer lugar considera pertinente efectuar la comparación de los productos y servicios que cada uno de los signos identifican y, en caso de determinarse la identidad o relación entre estos, se procederá a efectuar la comparación entre el signo solicitado y la marca fundamento de oposición, a fin de determinar la existencia de riesgo de confusión entre los signos, pues, nada obsta para que coexistan dos signos similares o incluso idénticos, si los servicios por ellos amparados no son susceptibles de causar riesgo de confusión o de asociación.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

1: Enzimas para uso industrial; particularmente en la industria del papel.

Los signos registrados identifican:

Expedientes	Productos
13057757	1: Ácidos agrícolas; ácidos hidrohálicos y acidificantes de aguas.
13057752	5: Complementos alimenticios y complementos nutricionales para animales; cultivos y preparaciones de microorganismos para uso médico o veterinario; malta para uso farmacéutico; proteínas y complementos de proteínas para animales; medicinas para animales; tratamientos medicinales para la piel de animales; vitaminas para animales; antipulgas para animales; preparaciones de oligoelementos para animales; preparaciones antisépticas para el baño de animales; productos farmacéuticos para animales; estimulantes de alimentación para animales; suplementos medicinales para piensos de animales; suplementos vitaminicominerales, y productos veterinarios. acidificante usado para acidificar el tracto gastrointestinal de animales en el alimento, aditivos medicinales para alimentos de animales..
13057746	5: Complementos alimenticios y complementos nutricionales para animales; cultivos y preparaciones de microorganismos para uso médico o veterinario; malta para uso farmacéutico; proteínas y complementos de proteínas para animales; productos para bañar animales; medicinas para animales; tratamientos medicinales para la piel de animales; vacunas para infecciones en pezuñas de animales; vitaminas para animales; antipulgas para animales; preparaciones de oligoelementos para animales; preparaciones antisépticas para el baño de animales; productos farmacéuticos para animales; estimulantes de alimentación para animales; suplementos medicinales para piensos de animales; suplementos vitaminicominerales, y productos veterinarios. acidificante usado para acidificar el tracto gastrointestinal de animales en el alimento, aditivos medicinales para alimentos de animales.
13057760	31: Alimentos para animales; preparación de comida para animales y objetos comestibles y masticables para animales, en especial el alimento para animales que contenga acidificantes usado para acidificar el tracto gastrointestinal de animales.



Ref. Expediente N° SD2025/0048516

La naturaleza y finalidad de los productos solicitados a registro está relacionada con enzimas para uso industrial, específicamente para la industria del papel, los cuales al estar ubicados en la Clase 1 internacional está asociada a materias primas utilizadas en la industria de papel para la fabricación de productos terminados. Por su parte, la naturaleza de los productos identificados por las marcas registradas comprende la fabricación y comercialización ácidos agrícolas (Clase 1); complementos alimenticios y aditivos para animales (Clase 5); alimentos para animales (Clase 31).

Aunado a lo anterior, esta Dirección considera palmario resaltar que, la naturaleza de los productos que se consagran en la Clase 1 del nomenclador internacional, corresponden a materias primas que son suministradas a grandes industrias a través de canales especializados. En otras palabras, los productos de la Clase 1 Internacional van dirigidos a un consumidor especializado y para su efectiva ejecución requieren indefectiblemente de un tercero especializado que procese y transforme este tipo de productos.

Por su parte, los productos de las Clases 5 y 31 Internacional corresponden a productos que por su naturaleza, para consumo de animales, son puestos en el comercio a través de canales de comercialización como veterinarias y grandes superficie. Por lo anterior, se trata de productos que están disponibles al consumidor en general, por tratarse de productos sin ningún tipo de restricción.

No existiendo relación o conexidad competitiva entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado y los servicios que identifica el signo fundamento de la objeción, no es necesario proceder a la comparación de los signos respectivos, pues nada obsta para que coexistan dos marcas similares o incluso idénticas, si los productos y/o servicios por ellas amparados no son susceptible de causar riesgo de confusión o de asociación, tal como sucede en este caso.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Aditivos y Químicos S.A.S Adiquim S.A.S.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **CITRISTAR ULTRA BY CITRICZYME (Nominativa).**

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

1: Enzimas para uso industrial; particularmente en la industria del papel.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Citriczyme S.A. DE C.V

Ref. Expediente N° SD2025/0048516

Hércules, numero 500 interior 15, Polígono Empresarial Santa Rosa
Jáuregui
Queretaro Queretaro
México

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

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **Citriczyme S.A. DE C.V.**, solicitante del registro y a la sociedad **Aditivos y Químicos S.A.S Adiquim S.A.S.**, 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 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 6 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS