

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 20293

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

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 6 de agosto de 2025, la sociedad **Sueros y Bebidas Rehidratantes, S.A. DE C.V.**, solicitó el registro de la Marca **HIDRATACIÓN MUNDIAL (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en las Clases 5 y 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076 del 19 de agosto de 2025, el señor **Elias Carrillo Castellanos** presentó oposición contra la solicitud de registro en las Clases 5 y 32 Internacional con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“De acuerdo con lo anterior, se concluye que la marca solicitada HIDRATACIÓN MUNDIAL identifica PRODUCTOS PARA LA SALUD; ALIMENTOS y BEBIDAS en las clases 5 y 32.

En cuanto a la marca solicitada, la misma está compuesta por las palabras HIDRATACIÓN MUNDIAL acompañada de una parte figurativa que son las mismas palabras  acompañada de una diminuta figura que posiblemente simula un salpique de agua, elementos que no le otorgan distintividad.

Es importante tener en cuenta, que la palabra HIDRATACIÓN MUNDIAL describe o exalta la función de los productos solicitados (salud, alimentos y bebidas) de las clases 5 y 32, en otras palabras, los consumidores entenderán que la marca solicitada HIDRATACIÓN MUNDIAL hidrata a todas las personas.

(...)

Al unir los significados individuales de las expresiones HIDRATACIÓN MUNDIAL encontrados en el diccionario de la Real Academia Española, se confirma que esas dos expresiones al conformarse como marca describen o exaltan directamente la función de los productos que identificará el signo solicitado en el mercado de las clases 5 y 32 internacional.

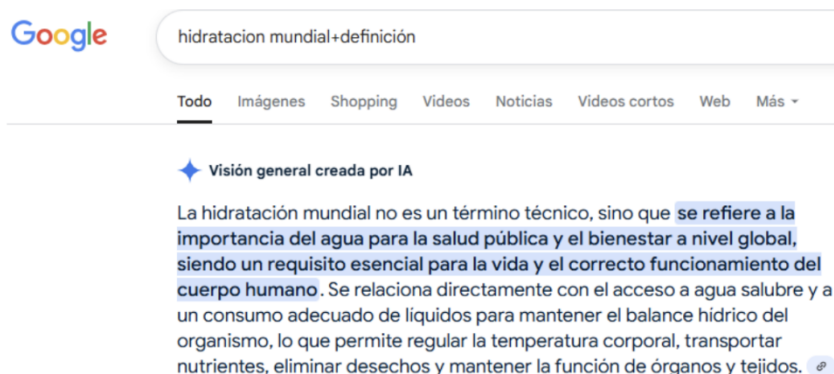
(...)

La expresión HIDRATACIÓN MUNDIAL se hace necesaria para que en general todas las personas naturales gocen de excelente estado de salud, al respecto al realizar una moderna consulta en Google con resultado de la visión general creada por la inteligencia artificial encontramos la siguiente definición:

¹ 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios; complementos alimenticios para personas o animales; sueros para uso médico; suplementos alimenticios; polvos medicinales para el cuerpo.

32: Bebidas sin alcohol; bebidas refrescantes sin alcohol; bebidas isotónicas; bebidas energéticas; polvos para preparar bebidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0078587



En consecuencia, por todo lo mencionado en este documento, al tratarse la solicitud de un signo de naturaleza descriptiva y al no contener elementos nominativos y/o gráficos adicionales que otorguen distintividad, la marca solicitada HIDRATACIÓN MUNDIAL (mixta) no puede ser registrada para identificar productos en las Clases 5 y 32, por lo tanto, no pueden concederse derechos exclusivos a nombre de SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **Sueros y Bebidas Rehidratantes, S.A. DE C.V.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Si bien la expresión “HIDRATACIÓN MUNDIAL” puede tener una cierta carga evocativa respecto de productos o servicios relacionados con el agua, bebidas o el bienestar corporal, ello no implica la inexistencia de distintividad. El Tribunal ha señalado reiteradamente que la evaluación de la distintividad debe hacerse sobre el conjunto marcario, considerando todos sus elementos y la impresión global que produce en el consumidor medio, y no a partir de un análisis aislado o fragmentado de cada componente. Así, aun cuando el elemento denominativo pueda ser de distintividad débil, la presentación gráfica puede reforzar o incluso aportar la distintividad necesaria para que el signo sea registrable.

En este sentido, la relevancia de los elementos gráficos en las marcas mixtas resulta fundamental. La doctrina andina ha reconocido que, cuando el componente denominativo presenta un contenido evocativo o aludiente, la originalidad del diseño, la forma de las letras, la combinación de colores y la presencia de figuras particulares pueden ser determinantes para conferir distintividad intrínseca al signo.

En el presente caso, el signo no se reduce a una simple expresión verbal, sino que incorpora una composición gráfica específica que incluye el uso de una tipografía en mayúsculas, de trazo grueso y homogéneo, la distribución en dos líneas (“HIDRATACIÓN” en la parte superior y “MUNDIAL” en la inferior), la utilización de un color azul intenso y uniforme, y un elemento figurativo situado en la parte superior que representa un trazo curvo con gotas o salpicaduras de agua. Esta configuración otorga al signo una fisonomía particular y fácilmente recordable, que excede el mero contenido semántico de las palabras utilizadas.

Ahora bien, desde el punto de vista estrictamente gráfico, la elección de una tipografía en mayúsculas, de líneas rectas y gruesas, confiere al signo una presencia sólida y destacada. La disposición de las dos palabras, alineadas y equilibradas, genera una estructura rectangular compacta que el consumidor percibe como una unidad visual organizada, propia de una marca, y no como una frase descriptiva de uso común. A ello se suma el uso consistente del color azul, aplicado tanto al texto como al elemento figurativo. Si bien el azul puede asociarse conceptualmente al agua o a la frescura, en este contexto funciona como un elemento identificador que, reiterado en el mercado, contribuye a que el consumidor asocie dicha combinación cromática con un origen empresarial concreto.

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

Asimismo, el componente figurativo superior —el trazo curvo con gotas que sugiere una salpicadura o chorro de agua— añade dinamismo y singularidad al conjunto. No se trata de una forma geométrica genérica, sino de una figuración estilizada que integra de manera armoniosa el elemento gráfico con el denominativo. Este símbolo aporta un recuerdo visual específico, de forma tal que el consumidor no solo retiene las palabras “HIDRATACIÓN MUNDIAL”, sino también la imagen de una salpicadura asociada a ellas, reforzando así la función identificadora del signo.

De este modo, tipografía, color y elemento figurativo no operan como meros adornos; por el contrario, constituyen un conjunto coherente que genera una impresión de conjunto particular. El consumidor medio, razonablemente atento y perspicaz, percibe esta configuración como una marca con identidad propia, distinta de otros signos que puedan aludir a ideas similares relacionadas con el agua o la hidratación. En otras palabras, el signo no se percibe como una designación genérica o puramente descriptiva, sino como una combinación gráfica específica que cumple la función de distinguir productos de un determinado origen empresarial.

En concordancia con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, que ha señalado que la marca no requiere un grado elevado de creatividad u originalidad, sino únicamente un mínimo de distintividad intrínseca, puede afirmarse que dicho umbral se encuentra sobradamente cumplido. El signo HIDRATACIÓN MUNDIAL no se limita a describir de manera directa e inmediata una característica necesaria de los productos o servicios, sino que, gracias a su particular presentación gráfica, adquiere capacidad de individualización. La combinación de sus elementos denominativos y figurativos permite al público consumidor identificarlo y diferenciarlo de otros signos en el mercado.

En consecuencia, atendiendo a los criterios reiterados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina sobre la distintividad de los signos mixtos y la importancia de valorar la impresión de conjunto, debe concluirse que la marca HIDRATACIÓN MUNDIAL, tal como ha sido presentada, goza de distintividad intrínseca suficiente y, por tanto, resulta plenamente apta para acceder al registro marcario.

(...)

La existencia de este conjunto de registros permite afirmar que el solicitante ha construido, en torno a este diseño, una verdadera familia de marcas. Desde la perspectiva marcaria, la familia de marcas se configura cuando varios signos comparten un elemento común —en este caso, el elemento figurativo— que, por su uso reiterado en el tráfico económico, es percibido por el público como un nexo identificador de origen. No se trata únicamente de la coincidencia fortuita en un componente gráfico, sino de la creación de una estructura marcaria coherente en la que dicho elemento actúa como núcleo visual unificador.

En esa línea, cuando el consumidor medio, razonablemente atento y perspicaz, se enfrenta a distintos signos que comparten el mismo elemento figurativo, incorporado de manera constante en productos de la clase 05, desarrolla un reflejo asociativo según el cual la presencia de ese diseño es indicativa de una misma procedencia empresarial. Así, incluso cuando varía el componente denominativo, el consumidor reconoce el patrón gráfico común y tiende a vincularlo con la empresa titular de la familia de marcas, reforzando la función de identificación de origen del elemento figurativo.

Debe resaltarse, además, que la familia de marcas no solo fortalece la posición competitiva del titular en el mercado, sino que también incide directamente en la apreciación de la distintividad del signo solicitado. En efecto, el análisis de distintividad no puede realizarse en abstracto ni de manera aislada, sino que debe llevarse a cabo a la luz del contexto marcario preexistente. En el caso concreto, el hecho de que el elemento figurativo forme parte de una familia consolidada en la

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

clase 05 implica que su presencia en el nuevo signo no puede ser considerada como un simple ornamento, sino como un componente que, en sí mismo, concentra una significativa carga distintiva construida a lo largo del tiempo.

A ello se suma que la reiteración del elemento figurativo en marcas destinadas a productos farmacéuticos, de salud o de hidratación en la clase 05 no genera un debilitamiento, sino un fortalecimiento de su valor distintivo. Lejos de banalizar el diseño, su uso constante dentro del mismo portafolio y frente a categorías de productos próximas contribuye a fijar, en la mente del consumidor, la asociación entre ese elemento gráfico y el origen empresarial específico del solicitante. De esta manera, el elemento figurativo se convierte en un signo de procedencia empresarial por sí mismo, que opera como ancla visual dentro de la familia de marcas.

En consecuencia, cuando el signo objeto de examen reproduce este elemento figurativo característico dentro de su composición gráfica, no lo hace como un añadido accesorio, sino como parte de una estrategia marcaria consistente con los registros anteriores. El diseño se integra coherentemente en la familia de marcas del solicitante en la clase 05 y, en virtud de dicha integración, aporta un plus de distintividad al conjunto marcario. Incluso en el escenario en que se quisiera sostener que el componente denominativo presenta algún grado de debilidad, la presencia de este elemento figurativo —consolidado como eje gráfico de la familia de marcas— robustece la capacidad del signo para cumplir la función esencial de la marca: distinguir los productos de un determinado origen empresarial frente a los de otros operadores en el mercado.

Por todo lo anterior, debe concluirse que el elemento figurativo en estudio no solo reviste importancia desde el punto de vista estético, sino que desempeña una función distintiva central dentro de la familia de marcas del solicitante en la clase 05. Su incorporación en el signo solicitado refuerza la distintividad intrínseca del conjunto y constituye un argumento relevante a favor de la procedencia del registro marcario.

(...)

Este reconocimiento administrativo no solo consolida la posición del signo ELECTROLIT en el mercado, sino que también refuerza la función identificadora del elemento figurativo que integra tales marcas. Al estar presente en signos declarados notoriamente conocidos, el diseño adquiere una fuerte carga distintiva y una capacidad de evocación especialmente intensa: el público relevante no solo reconoce la marca denominativa, sino también la configuración gráfica que la acompaña, asociándola de manera inmediata con un determinado origen empresarial.

Desde la perspectiva jurídica, la notoriedad implica una protección reforzada que trasciende el principio de especialidad y extiende la protección del signo más allá de los productos y servicios estrictamente coincidentes. En ese contexto, el elemento figurativo que se ha consolidado dentro de una marca notoria goza igualmente de una protección intensificada, en la medida en que forma parte de la estructura visual que el consumidor asocia con la marca renombrada. Así, cualquier nuevo signo que reproduzca dicho elemento, como ocurre en el caso objeto de estudio, no puede ser analizado como si se tratara de un diseño neutro o común, sino como un componente de un signo de alto reconocimiento y prestigio en el mercado.

Por lo tanto, cuando el signo objeto de examen reproduce este elemento figurativo característico dentro de su composición gráfica, no solo se beneficia de la distintividad ya acumulada por el diseño en el mercado, sino que se integra coherentemente a la familia de marcas del solicitante en la clase 05 y se sitúa bajo el paraguas protector de la notoriedad previamente reconocida. De este modo, aun en el evento de que el componente denominativo pudiera presentar cierta debilidad distintiva, la presencia de este elemento figurativo —reconocido, reiterado y consolidado en el tráfico económico— robustece el conjunto marcario y le otorga la

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

aptitud necesaria para cumplir con la función esencial de la marca: distinguir los productos de un determinado origen empresarial frente a los de otros competidores.

En conclusión, el elemento figurativo en estudio reviste una relevancia marcaria sustancial, en tanto: (i) se inserta en una pluralidad de signos registrados en la clase 05 a nombre del solicitante, configurando una familia de marcas; (ii) forma parte de marcas declaradas notorias por la Dirección de Signos Distintivos, y (iii) ha sido utilizado de forma constante y coherente como eje gráfico del portafolio marcario. Por todo lo anterior, su incorporación en el signo solicitado no puede calificarse como un mero agregado decorativo, sino como un componente distintivo central que refuerza la distintividad intrínseca del signo y respalda su plena aptitud para acceder al registro marcario.”

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 b) del artículo 135 de la Decisión 486

“No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad”.

Concepto de la norma

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *“el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores”².*

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *“la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella”³.*

El tribunal distingue tanto *“una capacidad distintiva “intrínseca” como una capacidad distintiva “extrínseca”, la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos”⁴.*

²Proceso 126-IP-2005. Interpretación prejudicial de los artículos 134 y 136, literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la consulta formulada por el Consejo de Estado de la República de Colombia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Expediente Interno N° 2002-00339. Actor: BRITISH AMERICAN TOBACCO COMPANY LIMITED. Marca mixta: “MARINE EXTRA SUAVE”.

³Op. Cit.

⁴Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 76-IP-2007 Interpretación prejudicial de los artículos 134, 135 literal j), 136 literal a), 201, 203 y 212 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, conforme a la solicitud presentada por la Segunda

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

Advertencia de irregistrabilidad:

Que el 28 de febrero de 2026, la señora **Blanca Zoraida Fonseca Sandoval**, radicó escrito de advertencia de irregistrabilidad afirmando que la solicitud de registro se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad contenida en los literales b) y e) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Sobre el particular, atendiendo lo dispuesto en el artículo 146 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, la oportunidad procesal para presentar oposición ya ha finalizado y no se observa que los argumentos hayan sido presentados dentro del término legal conferido para ello (9 de diciembre de 2025) y mucho menos el pago de la tasa oficial administrativa por la presentación de la oposición, razón por la cual estos argumentos no serán objeto de estudio y pronunciamiento.

El artículo 146 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, establece que la oportunidad para presentar los argumentos tendientes a desvirtuar el registro del signo solicitado mediante la presentación es durante los treinta (30) días siguientes a la fecha de la publicación.

Asimismo, de conformidad con lo preceptuado en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, la Dirección de Signos Distintivos, siempre realiza un estudio de fondo de registrabilidad de los signos solicitados, así no se haya presentado oposición, ya sea para conceder o negar el registro de la marca, pues en ningún momento la Oficina Nacional Competente se encuentra eximida de realizar el referido examen de registrabilidad, porque el objetivo de la norma es que dicho examen se convierta en etapa obligatoria dentro del proceso de concesión o de denegación de los registros marcarios.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:



El cual pretende identificar los siguientes productos de la Clasificación Internacional de Niza:

- 5:** Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios; complementos alimenticios para personas o animales; sueros para uso médico; suplementos alimenticios; polvos medicinales para el cuerpo.
- 32:** Bebidas sin alcohol; bebidas refrescantes sin alcohol; bebidas isotónicas; bebidas energéticas; polvos para preparar bebidas.

Análisis con oposición de la causal de irregistrabilidad contenida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486.

Sala del Tribunal Distrital N° 1 de lo Contencioso Administrativo de Quito de la República del Ecuador, e interpretación de oficio de los 135 literal k) y l), 146, 148, 150, 214, 218 y 219 de la misma Decisión. Signo: TEQUILA. Actor: TEQUILA CUERVO S.A. DE C.V. Proceso interno N° 10516 LYM.

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

Frente a lo relacionado con la distintividad de un signo se puede observar que esta tiene un doble aspecto:

- 1) **Distintividad intrínseca o en abstracto**, la cual supone que el signo cuyo registro se solicite sea apto para identificar productos o servicios, independientemente de la clase a la que pertenezca este tipo de distintividad se encuentra regulada en el artículo 135 literal a) de la Decisión 486.
- 2) **Distintividad extrínseca o en concreto**, la cual además de exigir que el signo contenga distintividad intrínseca, requiere que éste sea capaz de diferenciar el producto o servicio de otros de la misma clase, y se encuentra recogida en el artículo 135 literal b) de la normativa en mención.

Por lo tanto, en este caso se debe analizar en primer lugar si el signo solicitado **HIDRATACIÓN MUNDIAL (Mixto)** tiene aptitud distintiva en abstracto y, de ser así, debe evaluar si posee aptitud distintiva en concreto respecto de los productos que pretende distinguir en las Clases 5 y 32 de la Clasificación Internacional de Niza. Esto dependerá, entre otros factores, de la aleatoriedad o estilización de la letra, de la mayor relevancia de los elementos gráficos del signo, de la existencia de otros signos que utilicen las mismas expresiones como signo distintivo.

Así las cosas, el signo solicitado **HIDRATACIÓN MUNDIAL (Mixto)** visto por forma separada puede ser compuesto por expresiones de uso común y/o evocativas, las cuales pueden ser consideradas débiles en relación con los productos pretendidos a registro. Sin embargo, al realizar el análisis siguiendo los parámetros expuestos por la jurisprudencia, esto es en conjunto como una unidad, esta Dirección considera que la marca pretendida a registro ostenta la distintividad intrínseca necesaria que la hace apta para distinguir productos incluidos en las Clases 5 y 32 Internacional.

Frente a la distintividad, como elemento de la esencia de los signos distintivos, la Superintendencia de Industria y Comercio ha manifestado que:

“(...) la distintividad de un marca -además de ser su característica esencial- tiene como objeto otorgarle identidad a un signo para poder ser diferenciado e individualizado frente a otros. Dicha finalidad, tiene como efecto la posibilidad de que el consumidor pueda establecer claramente, dentro del mercado, cuál es la procedencia empresarial de cada uno de los servicios ofrecidos y como ella, la facultad para adquirirlos de acuerdo con la marca que le represente la maximización de su utilidad. Así, aunque las expresiones pretendidas a registro no designen el servicio mismo o sus características, intrínsecamente no podrían vincular al consumidor/usuario con un origen empresarial determinado, pues, al coincidir con la denominación que define al signo distintivo como tal, carece de la capacidad de generar una percepción como signo distintivo⁵”.

Entonces, el signo objeto de análisis resulta ser distintivo, en la medida en que se crea un término y concepto nuevo a partir de la conjugación nueva de elementos de uso común vistos por forma separada, los cuales vistos en conjunto y como un único término permite atribuir fácilmente un origen empresarial determinado, máxime si se tiene en cuenta que se acompaña de elementos gráficos que se encuentran presentes en marcas previamente

⁵ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Superintendencia de Industria y Comercio. Ref. Expediente No. 08-99314. Por medio del cual se resuelve un recurso de apelación. Signo Distintivo: GANAS PORQUE GANAS, Titular: Asociación Gremial de Instituciones Financieras.

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

registradas. En este orden de ideas, el público que adquiere dichos productos lograría asociarlo a un origen empresarial determinado.

Finalmente, es importante aclarar que, la concesión del signo se realizará en conjunto, por lo que el derecho de exclusividad sobre la marca  será sobre todos los elementos que conforman la marca, por lo que se excluye el derecho de exclusividad sobre las expresiones “HIDRATACIÓN” y “MUNDIAL” aisladamente considerados.

Consideración final.

Es importante manifestar que el argumento de notoriedad de una marca a la luz de las casuales de irregistrabilidad absolutas y relativas establecidas en la Decisión 486 de 2000, es utilizada para impedir el registro de una marca a través de una oposición y no como argumento válido para condicionar la concesión de un registro marcario.

En ese sentido, los argumentos expuestos por parte de la sociedad solicitante donde afirma la notoriedad del elemento figurativo de su marca, no será tenido en cuenta para la decisión adoptada por parte de esta Dirección.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud con oposición para las Clases 5 y 32 Internacional no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal b) 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 infundada la oposición interpuesta por parte del señor **Elias Carrillo Castellanos**, contra la solicitud de registro en la Clase 5 Internacional.

ARTÍCULO 2: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte del señor **Elias Carrillo Castellanos**, contra la solicitud de registro en la Clase 32 Internacional.

ARTÍCULO 3: Conceder el registro de la Marca **HIDRATACIÓN MUNDIAL (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

R: 0
G:114
B:218

Limitación del derecho:

Se concede el derecho sobre la marca **HIDRATACIÓN MUNDIAL (Mixta)** en conjunto y no sobre las expresiones “HIDRATACIÓN” y “MUNDIAL” aisladamente consideradas.

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios; complementos alimenticios para personas o animales; sueros para uso médico; suplementos alimenticios; polvos medicinales para el cuerpo.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Sueros y Bebidas Rehidratantes, S.A. DE C.V.
Avenida España 1840, Colonia Moderna, Código postal 44190, Guadalajara,
Jalisco, México
Guadalajara Jalisco
México

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

ARTÍCULO 4: Conceder el registro de la Marca **HIDRATACIÓN MUNDIAL (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

R: 0
G:114
B:218

Limitación del derecho:

Se concede el derecho sobre la marca **HIDRATACIÓN MUNDIAL (Mixta)** en conjunto y no sobre las expresiones “HIDRATACIÓN” y “MUNDIAL” aisladamente consideradas.

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

32: Bebidas sin alcohol; bebidas refrescantes sin alcohol; bebidas isotónicas; bebidas energéticas; polvos para preparar bebidas.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Sueros y Bebidas Rehidratantes, S.A. DE C.V.
Avenida España 1840, Colonia Moderna, Código postal 44190, Guadalajara,
Jalisco, México
Guadalajara Jalisco
México

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

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

ARTÍCULO 6: Notificar a la sociedad **Sueros y Bebidas Rehidratantes, S.A. DE C.V.**, solicitante del registro y al señor **Elias Carrillo Castellanos**, opositor, 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

Resolución N° 20293

Ref. Expediente N° SD2025/0078587

Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 7: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS