

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29201

Ref. Expediente N° SD2025/0085949

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 27 de agosto de 2025, Hilarte organic SAS, solicitó el registro de la Marca Vitofina (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1078, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

¹ 5: Preparaciones medicinales para adelgazar; complementos dietéticos que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; complementos para el control de peso; mezclas de bebidas dietéticas para el control de peso; mezclas de bebidas dietéticas para el control de peso para uso nutricional; mezclas de bebidas dietéticas para la pérdida de peso; complementos alimenticios que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; mezclas de bebidas dietéticas para el aumento de peso para uso nutricional; mezclas de bebidas dietéticas para la pérdida de peso para uso nutricional; parches transdérmicos para el tratamiento de la pérdida de peso; preparaciones farmacéuticas para el control de peso; preparados farmacéuticos para el control de peso; suplementos alimenticios que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; suplementos dietéticos para el control del peso corporal; suplementos dietéticos que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; suplementos para el control de peso; aguas enriquecidas con vitaminas para uso médico; bebidas enriquecidas con vitaminas para uso médico; bebidas nutricionales enriquecidas con vitaminas para uso dietético; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; complementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; complementos dietéticos de vitaminas; complementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales; complementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; multivitaminas; preparaciones de vitaminas*; preparaciones de vitaminas para el consumo humano; preparaciones de vitaminas para la alimentación humana; preparaciones de vitaminas y minerales; preparados de mezclas de vitaminas; suplementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales; suplementos de vitaminas y minerales para uso médico; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos, ya sean por separado o combinadas; vitaminas; vitaminas para adultos; complementos homeopáticos; medicamentos homeopáticos; productos farmacéuticos homeopáticos; suplementos homeopáticos; ungüentos antiinflamatorios homeopáticos.



Ref. Expediente N° SD2025/0085949

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 marca previamente registrada

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	VITOF	LABORATORIOS SAVAL S.A	15242573	10	5	Marca	Registrada	20 sept. 2026

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° SD2025/0085949

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	VITOF

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado sobre el análisis entre signos denominativos y mixtos que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Esta Dirección evidencia que el signo solicitado **Vitofina** y la marca que sirve de antecedente **VITOF** deberán ser analizados en conjunto de forma sucesiva y no simultánea. Así mismo, teniendo en cuenta que el elemento denominativo es el que genera mayor fuerza y recordación en la mente del consumidor, se procederá a realizar la aplicación de las reglas de cotejo entre elementos nominativos.



Ref. Expediente N° SD2025/0085949

En efecto, es posible ver que el signo solicitado reproduce el elemento nominativo sobresaliente que hace parte del signo antecedente (Vitofina / VITOF), no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

La anterior situación, daría lugar a que el consumidor caiga en riesgo de confusión indirecto, al considerar que se trata de productos que provienen del mismo empresario y que, para el caso concreto, comparten la misma base nominativa (VITOF) o que se encuentra ante una modificación de los signos protegidos, entendidos como una nueva referencia o renovación del signo en el mercado.

Así mismo, si bien el signo solicitado incluye elementos figurativos, tales como la tipografía especial de las letras, así como un diseño especial de la consonante “F”, estos no son suficientes para dar ese carácter diferenciador que dé lugar a la coexistencia pacífica de los signos confrontados. Cabe recalcar, que el consumidor retiene con mayor facilidad la denominación de un signo distintivo pues es mediante su uso como adquieren los productos en el comercio, siendo esta parte del signo analizado la que entra en conflicto con las marcas previamente registradas.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 5: Preparaciones medicinales para adelgazar; complementos dietéticos que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; complementos para el control de peso; mezclas de bebidas dietéticas para el control de peso; mezclas de bebidas dietéticas para el control de peso para uso nutricional; mezclas de bebidas dietéticas para la pérdida de peso; complementos alimenticios que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; mezclas de bebidas dietéticas para el aumento de peso para uso nutricional; mezclas de bebidas dietéticas para la pérdida de peso para uso nutricional;

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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° SD2025/0085949

parches transdérmicos para el tratamiento de la pérdida de peso; preparaciones farmacéuticas para el control de peso; preparados farmacéuticos para el control de peso; suplementos alimenticios que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; suplementos dietéticos para el control del peso corporal; suplementos dietéticos que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; suplementos para el control de peso; aguas enriquecidas con vitaminas para uso médico; bebidas enriquecidas con vitaminas para uso médico; bebidas nutricionales enriquecidas con vitaminas para uso dietético; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; complementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; complementos dietéticos de vitaminas; complementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales; complementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; **multivitaminas; preparaciones de vitaminas*; preparaciones de vitaminas para el consumo humano;** preparaciones de vitaminas para la alimentación humana; preparaciones de vitaminas y minerales; preparados de mezclas de vitaminas; suplementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos, ya sean por separado o combinadas; vitaminas; vitaminas para adultos; complementos homeopáticos; medicamentos homeopáticos; productos farmacéuticos homeopáticos; suplementos homeopáticos; ungüentos antiinflamatorios homeopáticos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Productos
15242573	(5): <u>Vitaminas</u> para protección oftálmica.

Conexión competitiva entre productos de la clase 5 (Principio de razonabilidad).

Verificada la cobertura de los signos en estudio, es posible determinar que existe conexidad competitiva entre los mismos puesto que se trata de productos que, conforme a las prácticas comerciales del mercado actual, el consumidor podría creer que los productos farmacéuticos como multivitaminas y las preparaciones para vitaminas, pueden tener el mismo origen empresarial, por tratarse de productos para la salud de los humanos.

De igual forma existe el riesgo de confusión en los consumidores dado que los canales de distribución, divulgación o comercialización de estos productos pueden coincidir, situación que podría generar la idea errónea de que se trata de elementos que tienen el mismo origen empresarial.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

Resolución N° 29201

Ref. Expediente N° SD2025/0085949

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Vitofina (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Hilarte organic SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Hilarte organic SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 22 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS