

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 31314

Ref. Expediente N° SD2025/0093341

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 12 de septiembre de 2025, Daniella Espinosa Velez, solicitó el registro de la Marca Vitalé (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1094, 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 irreregistrabilidad 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 irreregistrabilidad 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,

¹ 44: Prestación de servicios médicos; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios médicos; servicios médicos alternativos; servicios médicos de spa; servicios médicos para el tratamiento de la piel.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0093341

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 y solicitadas

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	VITALEN	LABORATORIOS CHALVER DE COLOMBIA S.A.	09025796	9	5	Marca	Registrada	22 sept. 2029
Mixta	Odontovitale	Jorge Mario Perez Giraldo	SD2025/0048656	12	44	Marca	Examen de forma	Fecha radicación 22 may. 2025

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0093341

El signo solicitado	La marca registrada
	VITALEN
	La marca previamente solicitada
	

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013 ha señalado que:

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0093341

Análisis comparativo

En efecto, esta Dirección encuentra que los signos VITALÉ / VITALE / ODONTOVITALE, analizados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes ortográficas y fonéticas susceptibles de inducir en error al público consumidor.

Dicho esto, es posible determinar que el signo solicitado VITALÉ presenta similitudes ortográficas respecto de las marcas previamente registradas VITALE y ODONTOVITALE, en la medida en que todos los signos coinciden en la expresión “VITALE”, el cual es el elemento distintivo dentro de las denominaciones comparadas.

Ahora bien, desde el punto de vista fonético, al ser articuladas las denominaciones VITALÉ / VITALE / ODONTOVITALE, se advierte que todas generan un impacto sonoro altamente similar, al compartir los fonemas predominantes /vi-ta-le/ que estructuran el núcleo de la expresión “VITALE”. En tal sentido, la variación en la acentuación final de la vocal “É” no logra diluir su parecido fonético, con los demás signos confrontados.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 44: Prestación de servicios médicos; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios médicos; servicios médicos alternativos; servicios médicos de spa; servicios médicos para el tratamiento de la piel.

Los signos previamente registrado y solicitados identifican:

Expediente 09025796

Clase 5: Productos farmacéuticos, veterinarios productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para

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° SD2025/0093341

apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas y herbicidas.

Expediente SD2025/0048656

Clase 44: Asistencia dental; restauración dental en cuanto servicios de odontología; restauración dental [servicios de odontología]; servicios de ajuste de prótesis dentales; servicios de asistencia dental; servicios de blanqueamiento dental; servicios de cirugía de implante dental; servicios de cirugía de implantes dentales; servicios de clínicas dentales; servicios de cuidados dentales móviles; servicios de higienistas dentales; servicios de tratamiento de canales dentales; servicios de tratamiento de conductos dentales; servicios de tratamiento dental a base de flúor.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 44 y los productos de la clase 5 internacional del expediente 09025796 – Criterio de razonabilidad

Esta Dirección observa que el signo solicitado pretende distinguir en la clase 44 servicios tales como *“prestación de servicios médicos”, “servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos”, “servicios médicos alternativos”, “servicios médicos de spa”* y *“servicios médicos para el tratamiento de la piel”*, mientras que el signo previamente registrado ampara en la clase 5 productos como *“productos farmacéuticos”, “productos higiénicos para la medicina”, “sustancias dietéticas para uso médico”, “emplastos”* y *“desinfectantes”*.

En tal contexto, del análisis de las coberturas confrontadas se advierte que los servicios y productos enfrentados presentan una relación directa, toda vez que los servicios médicos requieren habitualmente del uso, prescripción o aplicación de productos farmacéuticos e higiénicos destinados a la prevención, tratamiento y recuperación de la salud de los pacientes, los cuales pueden ser fabricados por los mismos profesionales que prestan, en general, servicios médicos en sus diferentes ámbitos de especialidad.

Asimismo, el público consumidor, al momento de acceder a servicios como *“prestación de servicios médicos”* o *“servicios médicos para el tratamiento de la piel”*, en coexistencia con productos como *“productos farmacéuticos”* o *“desinfectantes”*, puede asumir equivocadamente que estos provienen de un mismo origen empresarial, considerando que es frecuente que clínicas, centros médicos y prestadores de servicios de salud trabajen de manera vinculada con productos farmacéuticos o incluso los ofrezcan bajo una misma línea empresarial o comercial.

Por lo tanto, atendiendo al criterio de razonabilidad, resulta posible concluir que existe conexidad competitiva entre los servicios de la clase 44 y los productos de la clase 5 internacional del expediente traído a colación, configurándose un riesgo de confusión o de asociación respecto de su origen empresarial.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 44 internacional SD2025/0048656 – Criterio de razonabilidad

Esta Dirección también observa que el signo solicitado pretende distinguir en la clase 44 servicios tales como *“prestación de servicios médicos”, “servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos”, “servicios médicos alternativos”, “servicios médicos de spa”* y *“servicios médicos para el tratamiento de la piel”*, mientras que el signo previamente solicitado ampara en la misma clase servicios como *“asistencia dental”, “servicios de clínicas dentales”, “servicios de blanqueamiento dental”, “servicios de cirugía de implantes dentales”* y *“servicios de tratamiento dental a base de flúor”*.

Resolución N° 31314

Ref. Expediente N° SD2025/0093341

De acuerdo esto, del análisis de las coberturas confrontadas se advierte que los servicios enfrentados presentan una relación directa dentro del sector salud, toda vez que todos se encuentran orientados a la atención médica y al bienestar integral de los pacientes, compartiendo finalidad asistencial, canales de prestación y público consumidor.

A su vez, el público consumidor, al momento de acceder a servicios como “*prestación de servicios médicos*” o “*servicios médicos para el tratamiento de la piel*”, en coexistencia con servicios como “*asistencia dental*” o “*servicios de clínicas dentales*”, puede asumir equivocadamente que estos provienen de un mismo origen empresarial, considerando que es habitual que clínicas, centros médicos y prestadores de servicios de salud ofrezcan de manera conjunta servicios médicos generales, especializados y odontológicos bajo una misma estructura de negocio.

Por consiguiente, atendiendo al criterio de razonabilidad, resulta posible concluir que existe conexidad competitiva entre los servicios de la clase 44 internacional enfrentados, configurándose un riesgo de confusión o de asociación respecto de su 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.

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 Vitalé (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por daniella espinosa velez, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a daniella espinosa velez, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado 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 28 de abril de 2026

⁵ 44: Prestación de servicios médicos; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios médicos; servicios médicos alternativos; servicios médicos de spa; servicios médicos para el tratamiento de la piel.

Ref. Expediente N° SD2025/0093341



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS