

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 34319

Ref. Expediente N° SD2025/0101072

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 1 de octubre de 2025, **VALENTA GLOBAL S.A.S.** solicitó el registro de la Marca **VALENTA GLOBAL S.A.S** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1089, 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 **35:** Gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina; administración de nóminas de empresas para terceros; contabilidad; gestión comercial; contabilidad de gestión; administración comercial para terceros.

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° SD2025/0101072

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

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
Mixta	VALENTE CUCINA ITALIANA	ROYAL LIVING S.A.S.	SD2023/0060679	12	35, 43	Marca	Registrada	11/10/2034
Nominativa	Valentus	Valentus, Inc.	SD2020/0088657	11	3, 5, 29, 30, 32, 35	Marca	Registrada	08/06/2031
Mixta	Alenta MEDICAL CARE	CONSTRUCTORA GLOBAL STAFF S.A.S.	SD2016/0059458	10	28, 35, 39, 41, 43, 44	Marca	Registrada	03/072027

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° SD2025/0101072

El signo solicitado	Las marcas registradas
	  Valentus (Nominativa)

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado 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 encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente



Ref. Expediente N° SD2025/0101072

similares, comoquiera que el signo solicitado **VALENTA GLOBAL S.A.S** reproduce parcialmente los signos antecedentes **VALENTE CUCINA ITALIANA**, **Valentus**, **Alenta MEDICAL CARE**, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para su plena diferenciación.

Desde el punto de vista ortográfico, se observa que el signo solicitado se encuentra conformado por la expresión “VALENTA” acompañada de los términos “GLOBAL S.A.S”, siendo “VALENTA” el elemento de mayor fuerza distintiva dentro del conjunto marcario, toda vez que la expresión “GLOBAL” y la sigla societaria “S.A.S” poseen escasa capacidad diferenciadora. Al confrontarlo con el signo antecedente “VALENTE CUCINA ITALIANA”, se advierte que ambos signos comparten la secuencia predominante “**VALENT**”, diferenciándose únicamente en la vocal final “A/E” y en la inclusión de expresiones adicionales de carácter complementario, las cuales no desvirtúan la semejanza derivada de su raíz común.

De igual manera, respecto del signo antecedente “**Valentus**”, se evidencia que ambos signos reproducen la partícula inicial y predominante “**VALENT**”, conservando una estructura visual semejante y una configuración gráfica próxima, particularmente atendiendo a que se trata de signos de extensión similar.

Frente al signo antecedente “**Alenta MEDICAL CARE**”, este Despacho observa igualmente una cercanía ortográfica derivada de la coincidencia en la secuencia “**ALENTA/VALENTA**”, siendo plenamente identificable dentro del signo solicitado la estructura esencial contenida en el antecedente, diferenciándose principalmente por la inclusión de la letra inicial “V” y de expresiones secundarias de carácter complementario.

En el aspecto fonético, los signos confrontados presentan semejanzas relevantes, toda vez que las expresiones “VALENTA”, “VALENTE” y “VALENTUS” comparten una estructura sonora similar derivada de la pronunciación de la secuencia “VALENT”, la cual constituye el elemento predominante y de mayor recordación auditiva. Asimismo, entre “VALENTA” y “ALENTA” existe una proximidad fonética significativa, considerando que la diferencia radica únicamente en la inclusión de la consonante inicial “V”, manteniéndose un ritmo y sonoridad semejantes.

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/o 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/o servicios⁴.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0101072

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

35: Gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina; administración de nóminas de empresas para terceros; contabilidad; gestión comercial; contabilidad de gestión; administración comercial para terceros.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Servicios
-------------	-----------

SD2023/0060679	(35): Administración de programas de fidelización de clientes para la promoción de servicios de restaurantes y servicios de venta minorista de terceros; asesoramiento empresarial en materia de franquicias de restaurantes; asesoramiento empresarial relacionado con franquicias de restaurantes; asistencia en la gestión de negocios para el establecimiento y la explotación de restaurantes; asistencia en la gestión de negocios para la explotación de restaurantes; gestión empresarial de restaurantes; servicios de marketing en el ámbito de los restaurantes; servicios de pedidos en línea en el ámbito de la venta y el reparto de comidas para llevar de restaurantes; servicios de pedidos en línea en el ámbito de los restaurantes de comidas para llevar y de reparto de comidas a domicilio; servicios de pedidos en línea en el ámbito de los restaurantes de comidas para llevar y de reparto de comidas a domicilio; servicios de venta minorista o mayorista de comidas y bebidas.
-----------------------	---

SD2020/0088657	(35): Gestión de negocios comerciales; administración comercial; administración de programas de fidelización de consumidores, consultoría sobre organización y dirección de negocios; servicios de venta mayorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como suministros médicos; servicios de venta minorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos.
-----------------------	---

SD2016/0059458	(35): servicios de zona comercial; asistencia empresarial en materia de formación de actividades comerciales; asistencia en la gestión de la actividad de negocios comerciales; consecución de información comercial relativa a actividades empresariales.
-----------------------	---

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional.

Este Despacho observa que entre varios de los servicios confrontados existe una relación de **género-especie**, toda vez que los servicios solicitados de “gestión, organización y administración de negocios comerciales” comprenden de manera amplia servicios más específicos identificados por los registros antecedentes, tales como asistencia en la gestión de negocios, consultoría sobre organización y dirección de negocios, gestión empresarial de restaurantes y demás servicios de apoyo administrativo y comercial

proviene del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0101072

empresarial. En tal sentido, los servicios confrontados coinciden en su naturaleza, finalidad y objeto económico.

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

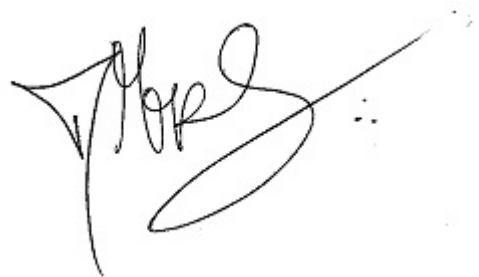
ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **VALENTA GLOBAL S.A.S** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por **VALENTA GLOBAL S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a **VALENTA GLOBAL S.A.S.**, 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 8 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 35: Gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina; administración de nóminas de empresas para terceros; contabilidad; gestión comercial; contabilidad de gestión; administración comercial para terceros.