



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 39003

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

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 20 de noviembre de 2025, **ELIASIB RINCÓN FLÓREZ**, solicitó el registro de la marca **REVERDESER** (mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1087 del 9 de diciembre de 2025, la sociedad **LABORATORIOS SIEGFRIED 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:

“Las expresiones comparadas apreciadas en conjunto de forma sucesiva y no simultánea, presentan similitudes ortográficas y fonéticas susceptibles de inducir en riesgo de confusión o de asociación al consumidor, pues el signo solicitado REVERDESER reproduce de forma idéntica las siete letras de las marcas de mi representada REVERSE, diferenciándose apenas en la existencia de algunas letras adicionales en el centro de su conformación, lo cual genera que el consumidor al escuchar y pronunciar los signos los perciba de forma totalmente similar, resultando imperceptibles las pequeñas diferencias existentes entre ellos, pues resultan de mucho más impacto y se retienen mucho más en la memoria la reproducción de los grafemas coincidentes.

Si no hay similitud, semejanza o identidad entre estas dos expresiones que comparten todas las características antes referidas, pues se vuelve imposible colegir similitud o identidad entre dos signos distintivos.

Las expresiones comparadas, REVERSE y REVERDESER carecen de elementos propios que las diferencien y las individualicen, por lo que resulta obvia y evidente la existencia de semejanzas entre los signos.

(...)

En este caso, la denominación del signo solicitado hace parte de los signos antecedentes (REVERSE vs. REVERDESER), configurándose así una reproducción parcial, no siendo las diferencias correspondientes a la inclusión de unas letras una variación que se pueda considerar que le aporta la distintividad requerida en ninguno de los aspectos ortográfico, fonético o conceptual en la medida que estamos frente a expresiones arbitrarias carentes de significado.

Las marcas enfrentadas REVERDESER vs REVERSE comparten una raíz común, a saber, REVER, el hecho de que la marca REVERDESER tenga algunas letras

¹ 5: Suplementos alimenticios; suplementos alimenticios de proteínas; suplementos alimenticios dietéticos; suplementos alimenticios para seres humanos; suplementos alimenticios probióticos; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; complementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; preparaciones de vitaminas para el consumo humano; preparaciones de vitaminas y minerales; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos; complementos nutricionales en gel; mezclas de complementos nutricionales en polvo para bebidas; aditivos minerales para productos alimenticios de consumo humano; formulaciones vitamínicas para consumo humano; medicamentos fitoterapéuticos para el consumo humano; bebidas medicinales; caramelos medicinales; complementos alimenticios medicinales para consumo humano.



Ref. Expediente N° SD2025/0120046

adicionales no cambia sustancialmente la primera parte del signo que es la que representa la mayor carga distintiva visual y fonética.

Es necesario recordar que el riesgo de confusión ortográfica aumenta cuando las marcas comparten la misma secuencia inicial de letras y tienen una semejanza en longitud o en elementos significativos comunes, lo cual no resiste duda en este caso y nos permite concluir que desde el punto de vista ortográfico existe un alto grado de similitud visual por compartir la misma raíz inicial.

En el caso que nos ocupa, la marca REVERDESER reproduce el 100% de la marca de mi representada REVERSEL, la cual queda totalmente comprendida dentro de aquella.

(...)

Como se puede apreciar, las consonantes que se utilizan en la conformación de ambas expresiones, son idénticas y se encuentran ubicadas en el mismo orden, “R-V-R-S”.

En lo que concierne a las vocales, las dos expresiones son idénticas al emplear las vocales “E-EEI”, las cuales están ubicadas exactamante en el mismo orden.

De lo dicho hasta aquí se concluye, que las marcas en conflicto tienen similitudes evidentes desde el punto de vista ortográfico y estructural, que a la postre resultan ser de mayor relevancia que las diferencias que se puedan detectar.

Las similitudes anteriormente mencionadas, generan un impacto totalmente determinante en el plano visual, pues lo cierto es que la marca a cuyo registro me opongo reproduce en el mismo orden la totalidad de los elementos que forman parte de la marca sobre la cual versa un mejor derecho.

Desde el punto de vista fonético, visto lo anterior, y atendiendo la organización estructural de los signos en conflicto, vemos como las marcas enfrentadas presentan similitudes derivadas de su pronunciación sucesiva, por cuanto emiten un sonido exactamente igual, difícil de distinguir por el consumidor en el momento de adquirir el producto, generándose un perjuicio directo para él.

La pronunciación sucesiva de las palabras es muy similar y no permite diferenciarlas de donde resulta imposible deducir diferenciación desde el punto de vista fonético.

Al ser pronunciados de manera sucesiva no simultánea (REVERSE vs. REVERDESER) generan un impacto sonoro casi idéntico, en razón a la disposición de los fonemas utilizados, siendo las diferencias casi imperceptibles y no determinantes de distintividad en este caso, teniendo en cuenta que comparten la sílaba tónica y un sonido totalmente similar derivado de su conformación.

Como ya se dijo, las marcas comparadas tienen la misma longitud, contienen consonantes y vocales idénticas y ubicadas en el mismo orden, de lo cual puede concluirse su semejanza.

Al pronunciarse REVERSE vs. REVERDESER la partícula REVER se escucha igual al principio de ambas, mientras que el agregado de las letras en REVERDESER no modifica de manera significativa la percepción auditiva inicial en un consumidor medio.

Las marcas con sonidos similares como en este caso REVERSE vs. REVERDESER son más propensas a causar confusión, especialmente cuando los sonidos iniciales coinciden y la diferencia recae en un sufijo lo que permite afirmar que la confusión fonética es muy alta, aumentando la probabilidad de que un consumidor confunda o

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

asocie las marcas.

Este hecho hace qué fonéticamente hablando, las expresiones emiten un sonido idéntico difícil de diferenciar si se tiene en cuenta las vocales y consonantes que conforman cada una de ellas, las cuales son solo iguales sino que están en el mismo orden

En este caso, los signos enfrentados tienen en su conformación las mismas letras por lo que la posibilidad de confusión es muy alta.

(...)

De la simple enunciación de los productos a amparar por cada una de las marcas, se colige que ambas están destinadas a proteger EXACTAMENTE LOS MISMOS PRODUCTOS, con el agravante de que son productos farmacéuticos (medicamentos) de uso humano, medicamentos fitoterapéuticos para el consumo humano; bebidas medicinales; caramelos medicinales; complementos alimenticios medicinales para consumo humano y de que ambos pertenecen a sociedades que son competidoras”.

Que dentro del término concedido para tal efecto, **ELIASIB RINCÓN FLÓREZ**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“REVERDESER: 10 letras

REVERSE: 7 letras

Aunque ambas marcas comparten el inicio “REVER”, dicha coincidencia es parcial y no predominante dentro del conjunto. Las diferencias son evidentes, REVERDESER incorpora la secuencia adicional “DESER”, que modifica sustancialmente su estructura REVERSE presenta una terminación corta (“SE”), la longitud, composición y apariencia general de los signos son distinta, en consecuencia, la percepción global de ambas marcas resulta claramente diferenciable para el consumidor.

(...)

Desde el punto de vista conceptual, los signos transmiten ideas diferentes, REVERSE término del idioma inglés que puede significar “INVERTIR”, “RETROCEDER” o “LO CONTRARIO”.

REVERDESER: signo de fantasía que, por su composición, sugiere la idea de “VOLVER A SER VERDE”, asociada a renovación, naturaleza y crecimiento.

Incluso en el evento en que el consumidor no domine el idioma inglés, la carga conceptual de REVERDESER es más evidente por su construcción en español y su asociación con términos como “REVERDECER”. Por lo tanto, no existe una asociación conceptual directa entre ambos signos.

(...)

La marca solicitada es un signo mixto con un componente gráfico fuerte y altamente distintivo, presenta una figura humana estilizada en color verde con los brazos levantados, que a su vez forma el tronco de un árbol cuya copa está compuesta por múltiples hojas verdes, en la base se observa una forma que representa la tierra, reforzando la idea de crecimiento natural, el elemento denominativo “ReverdeSer” se ubica en la parte inferior, en tipografía cursiva de estilo orgánico, con uso de colores verde y rojo que aportan contraste y énfasis, en conjunto, el diseño transmite un concepto claro de naturaleza, renovación y conexión entre el ser humano y el entorno.

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

En conclusión, las diferencias entre ambas marcas son evidentes desde el punto de vista visual, mientras REVERSE se limita a un elemento denominativo simple, REVERDESER incorpora una composición gráfica compleja, simbólica y altamente distintiva, en consecuencia, la impresión visual que generan es completamente diferente, lo que permite que el consumidor medio las distinga de manera clara e inmediata, descartando cualquier posibilidad de confusión.

(...)

La marca REVERSE se compone de un término de uso común en idioma inglés, lo que puede incidir en su nivel de distintividad dentro del mercado, de acuerdo con la jurisprudencia andina, cuando una marca posee menor fuerza distintiva, su ámbito de protección tiende a ser más limitado, permitiendo la coexistencia con otros signos que, aunque presenten coincidencias parciales, incorporen elementos diferenciadores suficientes.

En el presente caso, REVERDESER incorpora diferencias significativas en todos los niveles de análisis, lo que refuerza su carácter distintivo propio. Además, los productos no son directamente competitivos ni intercambiables, aunque ambas marcas se ubican en la Clase 5, ello no implica automáticamente que exista relación competitiva entre los productos.

REVERSE:

La marca opositora ampara productos farmacéuticos, los cuales están orientados principalmente a tratamientos médicos con fines terapéuticos, este tipo de productos se caracteriza por estar sujeto a una regulación estricta por parte de las autoridades sanitarias, dado su impacto directo en la salud, además, su comercialización se realiza principalmente a través de farmacias y droguerías, en muchos casos bajo prescripción médica o con control especializado.

REVERDESER:

La marca solicitada distingue suplementos alimenticios como vitaminas, proteínas, colágeno y otros productos naturales y fitoterapéuticos, estos productos están enfocados en la nutrición, el bienestar y el mantenimiento de la salud, más que en el tratamiento directo de enfermedades, su comercialización se realiza de manera directa, principalmente a través de fondos de empleados y espacios organizacionales dentro de empresas, lo que evidencia un canal de distribución distinto al de los productos farmacéuticos tradicionales y dirigido a un público específico en contextos laborales, sin requerir prescripción médica.

Si bien puede existir cierta cercanía entre los productos al encontrarse dentro de la misma clase, lo cierto es que presentan diferencias relevantes que inciden directamente en la forma en que son percibidos por el consumidor.

En primer lugar, su FINALIDAD es DISTINTA, mientras los productos farmacéuticos están orientados al tratamiento de enfermedades con un enfoque terapéutico, los productos identificados por la marca REVERDESER se enfocan en la nutrición, el bienestar y la prevención.

Asimismo, la FORMA DE USO difiere, ya que los medicamentos suelen estar asociados a indicaciones médicas específicas, mientras que los suplementos alimenticios se consumen como apoyo nutricional dentro de hábitos cotidianos, también existen diferencias en los CANALES DE DISTRIBUCIÓN, puesto que los productos farmacéuticos se comercializan principalmente en farmacias y droguerías, mientras que los productos de REVERDESER se distribuyen de manera directa en fondos de empleados y entornos empresariales.

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

Finalmente, la DECISIÓN DE COMPRA responde a motivaciones distintas en el caso de los medicamentos, suele estar influenciada por necesidades de salud inmediatas y recomendaciones médicas, mientras que los suplementos responden a decisiones voluntarias relacionadas con el bienestar general.

En conjunto, estas diferencias permiten concluir que los productos no son directamente sustituibles ni generan confusión en el consumidor medio.

(...)

a) El riesgo de asociación requiere un grado de semejanza mayor que el riesgo de confusión directa.

El opositor alega la existencia de un supuesto riesgo de asociación, entendido como la posibilidad de que el consumidor considere que las marcas REVERDESER y REVERSE provienen del mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas, no obstante, dicha afirmación carece de sustento fáctico y jurídico, de conformidad con la jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el riesgo de asociación o confusión indirecta solo se configura cuando, pese a que el consumidor logra diferenciar los signos, existe una proximidad tal entre ellos que lo induce a pensar que comparten un mismo origen empresarial o que existe una vinculación económica entre sus titulares, para que ello ocurra, se requiere un grado relevante de semejanza apreciado de manera integral, lo cual no se presenta en el caso concreto, ya que los signos enfrentados son claramente diferenciables en su conjunto.

b) Los canales de comercialización y los públicos objetivos son distintos.

Existe una diferencia evidente en la naturaleza de los productos, así como en sus canales de comercialización y en el público al que se dirigen, los PRODUCTOS identificados con la marca REVERSE corresponden a PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, cuya comercialización se realiza en condiciones reguladas, generalmente en FARMACIAS y DROGUERÍAS, y en muchos casos bajo prescripción médica, en contraste, la marca REVERDESER identifica productos de naturaleza distinta, tales como suplementos alimenticios, colágeno, proteínas, vitaminas y PRODUCTOS FITOTERAPÉUTICOS, los cuales se distribuyen a través de canales como FONDOS DE EMPLEADOS, sin requerir prescripción médica, estas diferencias excluyen cualquier posibilidad de que el consumidor establezca una relación empresarial entre los signos.

c) El consumidor de productos de salud es cuidadoso y exigente.

La jurisprudencia andina ha reconocido que el consumidor de productos relacionados con la salud actúa con un mayor grado de atención y diligencia, evaluando cuidadosamente la marca, el origen empresarial y las características del producto antes de tomar una decisión de compra, en este contexto, las diferencias existentes entre los signos REVERDESER y REVERSE resultan plenamente perceptibles, lo que descarta cualquier posibilidad de asociación indebida, en consecuencia, no existe riesgo de asociación ni de conexión empresarial, y la oposición se sustenta en una afirmación genérica, carente de respaldo probatorio y de sustento jurídico, por lo que debe ser desestimada.

(...)

a) REVERDESER es una creación original con alto poder distintivo.

La marca REVERDESER constituye una creación denominativa original que no corresponde a una palabra de uso común ni en español ni en inglés, su estructura

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

particular y su evocación conceptual relacionada con la renovación natural le confieren un carácter distintivo suficiente para identificar productos en el mercado SIN GENERAR CONFUSIÓN, adicionalmente, el componente gráfico que acompaña la marca refuerza su individualidad, consolidando un conjunto marcario claramente diferenciable frente a cualquier otro signo. TERCER ARGUMENTO

b) No existe mala fe ni intención de aprovecharse de la marca opositora.

El opositor no ha demostrado que su marca REVERSE goce de notoriedad o renombre en el mercado colombiano, por lo que no existe fundamento para alegar un supuesto aprovechamiento indebido, la solicitud de registro de la marca REVERDESER obedece a una iniciativa legítima, basada en un concepto propio, autónomo y sin relación alguna con la marca opositora, lo que descarta cualquier actuación de mala fe.

c) La coexistencia de marcas con elementos comunes es jurídicamente admisible.

El derecho marcario no otorga protección exclusiva sobre raíces, prefijos o fragmentos aislados de palabras, sino sobre el signo en su conjunto, en consecuencia, la coexistencia de marcas que comparten elementos parciales es jurídicamente viable cuando el análisis integral permite DIFERENCIARLAS claramente, en el presente caso, el elemento “REVER” no puede ser objeto de apropiación exclusiva, y la configuración global de la marca REVERDESER la hace plenamente distinguible frente a REVERSE, permitiendo su coexistencia sin riesgo alguno para el consumidor”.

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:

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,

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. (...)."

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

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
Mixta	REVERSE	LABORATORIOS SIEGFRIED S.A.S.	SD2025/0063511	12	3	Marca	20/11/2035	Registrada
Mixta	REVERSE		05024539	8	5	Marca	24/10/2035	Registrada
Mixta	REVERSE		00066295	7	3	Marca	13/08/2031	Registrada

Los signos comparados son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
	

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° SD2025/0120046

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁴”.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁵ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

“a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

⁵ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso.

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos⁶.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados **REVERDESER / REVERSE / REVERSE / REVERSE** presentan cierta semejanza al compartir algunas partículas, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales del orden gramatical (**REVERDESER / REVERSE / REVERSE / REVERSE**) que generan que al ser pronunciados, transcritos y visualizados produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Las marcas analizadas no son confundibles entre sí. En efecto, al ser pronunciadas por el consumidor **REVERDESER / REVERSE / REVERSE / REVERSE**, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no comparten la mayoría de sus letras, ni su disposición dentro del conjunto y mucho menos su efecto sonoro, debido a que la pronunciación de la terminación compuesta por las letras “**DESER**” dota a la marca solicitada de un impacto fonético totalmente distinto frente a la pronunciación de la terminación “**SE**”.

En el plano ortográfico, los signos confrontados presentan distintas cadenas consonánticas, vocálicas y silábicas (**REVERDESER / REVERSE / REVERSE / REVERSE**) que hacen que se emita una impresión en conjunto diferente. Así, la coincidencia en algunas letras no puede ser precepto de negación de los signos, comoquiera que los elementos adicionales que los conforman permiten su fácil diferenciación.

Cabe señalar que, las expresiones **REVERDESER / REVERSE / REVERSE / REVERSE** se consideran diferenciables para el consumidor medio, ya que las letras añadidas por la opositora ofrecen una primera impresión diversa, máxime teniendo en cuenta que las expresiones **REVERDESER** (SER VERDE) y **REVERSE** (REVERSA) transmiten ideas totalmente distintas en la mente del público consumidor.

Lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que 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 que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos.

⁶ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

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 **infundada** la oposición interpuesta por parte de la sociedad **LABORATORIOS SIEGFRIED S.A.S.**

ARTÍCULO 2. Conceder el registro de la marca **REVERDESER** (mixta).



Reivindicación de colores

#9ba237
#215832
#fbf4e3
#a7bb8b
#c6cc96
#d6ddb5
#7aa784
#d38880

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

5: Suplementos alimenticios; suplementos alimenticios de proteínas; suplementos alimenticios dietéticos; suplementos alimenticios para seres humanos; suplementos alimenticios probióticos; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; complementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; preparaciones de vitaminas para el consumo humano; preparaciones de vitaminas y minerales; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos; complementos nutricionales en gel; mezclas de complementos nutricionales en polvo para bebidas; aditivos minerales para productos alimenticios de consumo humano; formulaciones vitamínicas para consumo humano; medicamentos fitoterapéuticos para el consumo humano; bebidas medicinales; caramelos medicinales; complementos alimenticios medicinales para consumo humano.

De la Clasificación Internacional de Niza, Edición N°12.

Ref. Expediente N° SD2025/0120046

Titular: **ELIASIB RINCÓN FLÓREZ**
Sin Establecer
Bogotá D.C.
Colombia

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 **ELIASIB RINCÓN FLÓREZ**, solicitante del registro y a la sociedad **LABORATORIOS SIEGFRIED 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 26 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS