

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 42970

Ref. Expediente N° SD2025/0104768

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 15 de octubre de 2025, PROCAPS S.A., solicitó el registro de la Marca VERIDIA (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, 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

¹ 5: Productos farmacéuticos; medicamentos; Preparados multivitamínicos; Preparaciones de vitaminas; medicamentos para uso médico; algodón para uso médico; desinfectantes para uso higiénico; productos para esterilizar; pañales para bebés; tampones para la menstruación; alimentos dietéticos para uso médico; alimentos para bebés; complementos nutricionales; bebidas dietéticas para uso médico; emplastos para uso médico; botiquines de primeros auxilios; artículos para apósitos; materiales para empastes dentales; materiales para impresiones dentales.

Ref. Expediente N° SD2025/0104768

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	Viridi	COMPANÍA COLOMBIANA DE QUÍMICOS S.A.S. COLQUÍMICOS S.A.S.	SD2020/0008444	11	5	Marca	Registrada	21 sept. 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
VERIDIA	VIRIDI

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° SD2025/0104768

Jurisprudencia

El Tribunal Andino de Justicia, en el Proceso 0118-IP-2013, ha sostenido que: “Al momento de realizar la comparación entre dos signos denominativos, el examinador debe tomar en cuenta los siguientes criterios: Se debe analizar cada signo en su conjunto, es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta, las sílabas o letras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, ya que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado. Se debe igualmente precisar acerca de 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. Se debe observar el orden de las vocales, pues esto indica la sonoridad de la denominación. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, porque esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.

Análisis comparativo

Dadas las coberturas y en atención a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección encuentra que entre el signo solicitado “VERIDIA” y la marca registrada que sirve de antecedente “VIRIDI”, existen similitudes ortográficas y fonéticas.

En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea, se observa que son ortográficamente similares respecto a la extensión de los signos, la similitud entre sus sílabas y terminaciones, y la coincidencia en su estructura nominal, esto es, en el uso de la mayoría de las consonantes y vocales que los conforman, ubicadas en una posición similar (V-E-R-I-D-I-A / V-I-R-I-D-I).

Adicionalmente, se logra observar una similitud fonética entre los signos cotejados. Esto, toda vez que comparten fonemas y/o configuraciones gramaticales similares, las cuales al ser pronunciadas generan una aproximación silábica y fonética cercana: VERIDIA (/ve'ri.di.a/) / VIRIDI (/vi'ri.di/). Lo anterior, sin que la variación nominal evidenciada en el signo objeto de estudio, mediante el intercambio de la vocal “E” por la vocal “I” en la parte inicial, y la inclusión de la vocal “A” en la parte final del mismo no aporta mayor diferenciación en el análisis propuesto, toda vez que al ser estos pronunciados en su conjunto generan un impacto sonoro similar en relación con los fonemas y estructuras gramaticales utilizadas.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0104768

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 5: Productos farmacéuticos; medicamentos; Preparados multivitamínicos; Preparaciones de vitaminas; medicamentos para uso médico; algodón para uso médico; desinfectantes para uso higiénico; productos para esterilizar; pañales para bebés; tampones para la menstruación; alimentos dietéticos para uso médico; alimentos para bebés; complementos nutricionales; bebidas dietéticas para uso médico; emplastos para uso médico; botiquines de primeros auxilios; artículos para apósitos; materiales para empastes dentales; materiales para improntas dentales.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2020/0008444, Clase 5: Antioxidantes utilizados como complementos alimenticios; complementos dietéticos; complementos dietéticos para la alimentación humana; complementos dietéticos y nutricionales; complementos nutricionales; extractos de plantas para uso farmacéutico; preparaciones nutracéuticas para uso terapéutico o médico.

Relación productos clase 5 (Identidad, Criterio de Sustituibilidad y Razonabilidad)

En primer lugar, se evidencia que entre los signos cotejados se presenta una identidad de coberturas, toda vez que reivindican los mismos productos relacionados con la nutrición: “*complementos nutricionales*”, los cuales poseen la misma finalidad, características y usos en el mercado.

Como segunda medida, dadas las coberturas cotejadas y en atención a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección encuentra que tanto los productos de uso médico y nutricional del signo solicitado, entre algunos, los complementos, medicamentos, productos farmacéuticos y vitamínicos, y los productos “*Antioxidantes utilizados como complementos alimenticios; complementos dietéticos; complementos dietéticos para la alimentación humana; extractos de plantas para uso farmacéutico; preparaciones nutracéuticas para uso terapéutico o médico*” registradas por el signo que sirve de antecedente, poseen una relación en virtud del principio de Sustituibilidad. Lo anterior, toda vez que además de pertenecer a un mismo mercado de la medicina y el cuidado de la salud, comparten funcionalidades análogas en el campo médico en procura de coadyuvar con el bienestar del consumidor medio, de tal modo que al observar ambos signos en el mercado no logre individualizar uno del otro, sino que por el contrario pueda sustituirlos de manera razonable de acuerdo con sus características, finalidades, usos y demás criterios que determinan su selección, esto es, al considerarlos intercambiables entre sí en el mercado médico, farmacéutico y nutricional.

Aunado a lo anterior, de acuerdo con las tendencias actuales y la realidad del mercado referenciado, es posible que puedan coincidir dentro de los mismos canales de comercialización, distribución y aprovisionamiento tales como droguerías, farmacias, supermercados y demás establecimientos de venta abiertos al público, generando así una falsa asociación de que pertenecen a un mismo esquema de negocios.

(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° SD2025/0104768

Finalmente, se evidencia una relación competitiva entre los productos farmacéuticos y medicamentos; bebidas dietéticas para uso médico; emplastos para uso médico; botiquines de primeros auxilios; artículos para apósitos y demás productos del signo solicitado, y los complementos alimenticios, dietéticos y nutricionales y medicinales de la marca registrada, en virtud del principio de razonabilidad. Lo anterior, toda vez que se desenvuelven en industrias cercanas con el ámbito médico y clínico, en los cuales contienen finalidades en procura del mejoramiento de la salud del consumidor, de tal modo que al observar los signos no logre individualizarlos, si no que por el contrario los confunda en el mercado a un mismo esquema de negocios.

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 VERIDIA (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por PROCAPS S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a PROCAPS S.A., 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 10 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA

⁵ 5: Productos farmacéuticos; medicamentos; Preparados multivitamínicos; Preparaciones de vitaminas; medicamentos para uso médico; algodón para uso médico; desinfectantes para uso higiénico; productos para esterilizar; pañales para bebés; tampones para la menstruación; alimentos dietéticos para uso médico; alimentos para bebés; complementos nutricionales; bebidas dietéticas para uso médico; emplastos para uso médico; botiquines de primeros auxilios; artículos para apósitos; materiales para empastes dentales; materiales para impresiones dentales.

Ref. Expediente N° SD2025/0104768

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

