

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 45881

Ref. Expediente N° SD2026/0007892

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 enero de 2026, Julián Andrés Pérez Cárdenas, solicitó el registro de la Marca Fruto vivo "El sabor de lo Natural" (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1097, 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:

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 29: Pulpa de fruta.

Ref. Expediente N° SD2026/0007892

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 las marcas 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	SAMUSALSAS el sabor de lo natural	BSM INVERSIONISTAS S.A.S.	SD2023/0096364	12	30	Marca	Registrada	18 oct. 2034
Mixta	JUKO EL SABOR DE LO NATURAL	FRUIT JUICE COLOMBIA S.A.S	15302595	10	29, 32	Marca	Registrada	15 nov. 2026
Mixta	Fruit Juice EL SABOR DE LO NATURAL	FRUIT JUICE COLOMBIA S.A.S	13104388	9	29	Marca	Registrada	16 jun. 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2026/0007892

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

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”.



Ref. Expediente N° SD2026/0007892

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“Fruto vivo “El sabor de lo Natural”** se encuentra incurso en las causales de irreregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado **“Fruto vivo El sabor de lo Natural”** presenta similitudes ortográficas, fonéticas y conceptuales, toda vez que el signo solicitado reproduce parcialmente las marcas registradas **SAMUSALSAS el sabor de lo natural (Mixta)**, **JUKO EL SABOR DE LO NATURAL (Mixta)** respecto de la frase que las conforman **El sabor de lo Natural**, sin que la modificación en los elementos figurativos y nominativos logren desvirtuar las semejanzas existentes entre los signos enfrentados.

Así mismo, está Dirección evidencia que el signo solicitado **“Fruto vivo El sabor de lo Natural”** es ortográfica, fonética e ideológicamente similar con la marca registrada **Fruit Juice EL SABOR DE LO NATURAL**, toda vez que transcribe parcialmente la longitud gramatical de la marca registrada, en relación con el término anglosajón “FRUIT⁴” cuya traducción en idioma castellano es “FRUTO”, término que se aprende en los primeros años de escolaridad, de igual forma se evidencia que transcribe la frase **“El sabor de lo Natural”**, por lo tanto los cambios en los elementos gráficos y nominativos, son variaciones accesorias que no se configuran en derrotero de diferenciación, más aún y si se tiene en cuenta que al ser pronunciados se articulan de forma similar en razón a la disposición de los grafemas utilizados.

Por lo anterior, los consumidores pueden llegar a considerar por error que el signo solicitado es una innovación y/o variación de las marcas registradas, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

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 servicios⁵.

⁴ <https://translate.google.com/?hl=es&sl=fr&tl=en&text=fruto&op=translate>

⁵ 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° SD2026/0007892

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 29: Pulpa de fruta.

Los signos registrados identifican:

Expediente SD2023/0096364, Clase 30: Mezclas para salsas; salsas; salsas [condimentos]; salsas a base de ajo; salsas a base de mayonesa; salsas a base de tomate; salsas concentradas; salsas de curry; salsas para carne de pollo; salsas para cocinar.

Expediente 15302595, Clase 29: Aceites, ajo en conserva, atún, leche, carnes, carne en conserva, champiñones, chuletas de cerdo, croquetas, encurtidos, ensaladas de frutas, extractos de carne, fermentos lácteos para uso culinario, pescado, fruta enlatada [conservas], huevos, jaleas comestibles, jamón, mantequilla, morcillas [productos de charcutería], pasas [uvas], quesos, refrigerios a base de fruta, sardinas, sopas, yogur.

Clase 32: Gaseosas yaguas minerales, y otras bebidas sin alcohol; agua; gaseosas; sorbetes yaguas [bebidas], batidos y zumos de frutas u hortalizas, aperitivos, cervezas, mostos, sodas, leche de almendras y leche de cacahuete [bebida sin alcohol].

Expediente 13104388, Clase 29: Pulpa de fruta, conservas de fruta, cortezas de fruta, frutas en lata, mermelada de fruta, jaleas, mermeladas, compotas, frutas y verduras para untar, jaleas de fruta, gelatinas de fruta, confituras de frutas, pectina de fruta, coulis de frutas, fruta enlatada, bebidas de leche con frutas, bebidas lácteas que contienen fruta.

Relación productos Clase 29 Identidad – Razonabilidad

Con fundamento en la anterior relación de productos, y en los factores de conexión competitiva, esta Dirección observa que hay identidad de bienes en los signos cotejados, comoquiera que el signo solicitado pretende identificar los mismos productos que protege la marca fundamento de la negación **Fruit Juice EL SABOR DE LO NATURAL (Mixta)** dentro de su cobertura para la **Clase 29** internacional, tratándose de “pulpa de fruta”. Por lo anterior, es claro definir que los signos en conflicto al identificar los mismos productos dentro de la misma clase comparten género, naturaleza y finalidades, dichas circunstancias, pueden llevar a pensar equivocadamente al consumidor que se encuentra ante bienes ofrecidos por el mismo empresario, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Adicionalmente, se logra evidenciar que el signo solicitado presenta conexidad con los productos que protege la marca registrada **JUKO EL SABOR DE LO NATURAL (Mixta)** para la **Clase 29:** “Aceites, ajo en conserva, atún, leche, carnes, carne en conserva, champiñones, chuletas de cerdo, croquetas, encurtidos, ensaladas de frutas, extractos de carne, fermentos lácteos para uso culinario, pescado, fruta enlatada [conservas], huevos, jaleas comestibles, jamón, mantequilla, morcillas [productos de charcutería], pasas [uvas], quesos, refrigerios a base de fruta, sardinas, sopas, yogur”, en virtud del principio de razonabilidad, de tal modo que el consumidor erróneamente entenderá que los signos comparten un mismo origen empresarial y/o que son ofrecidos por el mismo titular, teniendo en cuenta que los productos pueden llegar a coincidir en los mismos canales de comercialización, medios de difusión y promoción, por tratarse productos que pertenecen al sector de alimentos.

Ref. Expediente N° SD2026/0007892

Por lo anterior, los consumidores al encontrar los signos en el mercado difícilmente podrían identificar el distinto origen empresarial de los mismos (confusión indirecta).

Relación productos Clase 29 con productos Clases 30, 32 Razonabilidad

De acuerdo a la anterior relación de productos y pese a que se trata de productos que no se encuentran en el mismo nomenclátor, teniendo en cuenta que el signo solicitado pretende amparar productos de la **Clase 29** y la marcas que sirven de antecedente **SAMUSALSAS el sabor de lo natural (Mixta)** y **JUKO EL SABOR DE LO NATURAL (Mixta)** amparan productos de las **Clases 30 y 32**, no puede desconocerse que se trata de productos de un mismo género (alimentos para personas), por lo que el consumidor equivocadamente entenderá que el empresario encargado de un determinado tipo de elementos ha incursionado dentro del mismo género para otro sector, por lo que se concluye, que al estar en una misma oferta de mercado se trata de productos, que de acuerdo a la realidad del mercado son razonables, si se tiene en cuenta que los consumidores no podrán diferenciar el origen empresarial de las marcas en estudio.

Dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos alimenticios de las **Clases 29, 30 y 32** cotejadas, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre dichos productos, puesto que, en ambos casos, es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que los productos analizados cuentan con un único origen empresarial.

Existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de productos como los contenidos en las **Clases 29, 30 y 32**, cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

En este orden de ideas, al aplicar la teoría de la interdependencia, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan, así como los productos que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, lo cual no se da en el presente caso.

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 Fruto vivo "El sabor de lo Natural" (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación

Ref. Expediente N° SD2026/0007892

Internacional de Niza⁶, solicitada por Julián Andrés Pérez Cárdenas, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Julián Andrés Pérez Cárdenas, 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 18 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 29: Pulpa de fruta.