Bogotá D.C., septiembre de 2025
1107-174-2025

Doctora
AMIRA CECILIA ANAYA ALONSO
Coordinadora Grupo Unidad de Reacción Inmediata - DIROS
INVIMA

Asunto: Respuesta a su solicitud de consulta – uso del logotipo del INVIMA en la publicidad y comercialización de productos en fuentes abiertas.

Respetada Doctora Amira, cordial saludo:

En atención a su solicitud de consulta relacionada con el uso del logo del Invima en la publicidad de productos que vigila el Instituto; esta Oficina Asesora Jurídica en el marco de sus competencias, se permite dar respuesta en los siguientes términos:

1. **La consulta:**

"(..) En el marco del proyecto Monitoreo proactivo realizado por el Grupo Unidad de Reacción Inmediata (GURI) de la Dirección de Operaciones Sanitarias del INVIMA, en el cual, los analistas vienen adelantando la verificación de cada una de las alertas sanitarias emitidas por las misionales de las entidad, lo anterior con el fin de constatar si los productos relacionados y que incumplen la normatividad sanitaria vigente, aún se continúan comercializando en redes sociales, sitios web y plataformas de comercio electrónico.

El propósito principal de dicho monitoreo es efectuar los respectivos reportes, suspensiones y bloqueos, conforme a los convenios vigentes suscritos entre el Instituto y la Corporación META (Facebook e Instagram), así como con la plataforma de comercio electrónico Mercado Libre, además de los traslados correspondientes a las autoridades competentes, según lo exija cada caso.

En el desarrollo de mencionada actividad, se ha evidenciado el uso del logo del Invima en la publicidad de productos. Ante esta situación, es preciso determinar si dicha acción constituye un incumplimiento de la normativa vigente establecida por el Invima o frente al hecho de ser marca registrada.

De conformidad a lo descrito de manera atenta solicito me indique

1. ¿Qué acciones debemos tomar como grupo cuando se detecta el uso no autorizado del logotipo del Invima en la publicidad de productos?

2. ¿Existen empresas y/o productos que tengan autorización de utilizar el logotipo del Invima? De ser afirmativa su respuesta, ¿Cómo podemos consultar la base de datos o las autorizaciones?

3. ¿Dentro de las causales para solicitar la suspensión de la publicidad de un producto entraría el uso no autorizado del logotipo del Invima? De ser afirmativa su respuesta, ¿Bajo qué soporte normativo lo podríamos respaldar ante las plataformas con las cuales tenemos convenio? (…)"

2. Marco normativo aplicable:

Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones[1]
Ley 23 de 1982[2]
Ley 44 de 1993[3]

3. Consideraciones Jurídicas:

En relación con el uso, protección y restricción de la marca INVIMA, esta Oficina Asesora Jurídica ha abordado previamente la materia mediante el concepto 1107-050-2024, cuyo análisis resulta relevante para resolver los interrogantes planteados en la presente consulta.

El aludido concepto expone detalladamente el marco normativo aplicable, destacando que la marca INVIMA es titularidad exclusiva del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA y goza de protección legal conforme a la Decisión Andina 486 de 2000 y la legislación nacional vigente. Bajo este marco, se estableció que el uso de la marca INVIMA no tiene un fin comercial típico, sino que responde a un carácter institucional, destinado a identificar al instituto como autoridad sanitaria encargada de funciones de inspección, vigilancia y control.

Asimismo, se subraya que el uso de esta marca por terceros es estrictamente limitado y solo puede autorizarse de forma excepcional, siempre bajo el cumplimiento de lineamientos específicos consignados en el manual institucional para la imagen y comunicaciones del INVIMA. Esta restricción busca garantizar la integridad institucional, evitar usos indebidos que puedan inducir a error o constituir competencia desleal, y proteger los derechos asociados a la propiedad industrial. En consecuencia, resulta fundamental considerar estas directrices para orientar adecuadamente las decisiones y adoptar las medidas necesarias frente al uso no autorizado de la marca INVIMA.

El concepto en cita establece, conforme al marco normativo internacional y nacional que protege las marcas y sus derechos, que el derecho exclusivo sobre una marca en Colombia se obtiene a través de su registro ante la autoridad nacional competente. En particular, haciendo referencia al artículo 154 de la Decisión Andina 486 de 2000, se aclara que el derecho al uso exclusivo de una marca se formaliza mediante el registro realizado ante la oficina nacional correspondiente, en este caso, la Superintendencia de Industria y Comercio. Por ende, el registro no solo acredita la titularidad, sino que confiera efectos constitutivos, otorgando al titular la exclusividad desde el momento mismo en que se concede dicho registro, garantizando así la protección jurídica de la marca frente a terceros.

[1] Régimen Común sobre Propiedad Industrial
[2] Sobre derechos de autor
[3] Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944

Esta disposición refuerza la importancia del registro formal como mecanismo fundamental para la adquisición y defensa de los derechos marcarios en el ámbito colombiano.

En este sentido, resulta indispensable traer a colación el artículo 155 de la Decisión 486 de 2000, que establece que el registro de una marca otorga a su titular el derecho exclusivo de impedir que terceros realicen, sin su consentimiento, los siguientes actos:

> *"a) aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;*
> *b) suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre los productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;*
> *c) fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;*
> *d) **usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios**, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;*
> *e) **usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios**, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, **o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular**;*
> *f) usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio". (Negrita y subrayado fuera del texto)"*

Adicionalmente, frente a la limitación o excepción de los derechos del propietario de la marca contemplada en el artículo 157 de la Decisión Andina 486 del 2000[4], como el concepto lo advierte, "*la limitación y/o excepción establecida en la Decisión Andina, no confiere a los terceros el uso de las marcas de otro titular sin restricción alguna; **lo que permite este artículo, es que, en casos meramente informativos para los usuarios, se podrá hacer uso de ella, en tanto no se estén comprometiendo los derechos ni de los consumidores ni del propio titular**."* (Negrita y subrayado añadida)

[4] "*Los terceros podrán, sin consentimiento del titular de la marca registrada, utilizar en el mercado su propio nombre, domicilio o seudónimo, un nombre geográfico o cualquier otra indicación cierta relativa a la especie, calidad, cantidad, destino, valor, lugar de origen o época de producción de sus productos o de la prestación de sus servicios u otras características de éstos; siempre que ello se haga de buena fe, no constituya uso a título de marca, y tal uso se limite a propósitos de identificación o de información y no sea capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios. (…)*"

En este sentido, el uso de la marca INVIMA en publicidad sin la debida autorización constituye una infracción a los derechos del titular, dado que el instituto es el único propietario legítimo de la marca y goza de protección legal conforme a las disposiciones nacionales e internacionales de propiedad industrial.

De igual manera, es preciso reiterar que el uso del logo y la marca INVIMA por parte de terceros es estrictamente restringido, pues como ya se dijo la marca no tiene un uso comercial, sino que representa la autoridad sanitaria del Instituto. En consecuencia, la autorización para que terceros usen la marca se concede de manera excepcional y únicamente en estricta observancia de los lineamientos del manual de identidad visual del Instituto. Esta autorización suele darse solo cuando se trata de eventos corporativos, interinstitucionales, educativos o de pedagogía en los que INVIMA participa, con el fin de mantener la integridad de la imagen institucional y evitar confusión en el público sobre el origen o la certificación de productos y servicios.

Por lo tanto, frente a la consulta planteada debe señalarse que el uso no autorizado del logo y la marca INVIMA por terceros en publicidad de productos en redes sociales, sitios web y plataformas de comercio electrónico constituye una clara infracción a los derechos de propiedad industrial reconocidos y protegidos legalmente ante la Superintendencia de Industria y Comercio, conforme a lo establecido en la Decisión Andina 486 de 2000 y las normas nacionales complementarias. Esta conducta atenta directamente contra el derecho exclusivo que tiene el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA para explotar y controlar el uso de su marca, prohibiendo a terceros su utilización no autorizada, en virtud del principio de exclusividad conferido por el registro marcario.

En este escenario, el uso indebido configura un acto susceptible de ser calificado como presunta infracción marcaria, tipificada en el artículo 244 y siguientes de la Decisión Andina 486, que faculta al titular a ejercer las acciones legales pertinentes para cesar y reparar el daño causado. Además, la utilización indebida del distintivo puede inducir a error o confusión al consumidor sobre el origen, calidad o certificación oficial del producto o servicio ofrecido, vulnerando las disposiciones sobre buena fe en el uso de marcas y ocasionando competencia desleal prohibida por la legislación vigente, así como la apariencia de un producto que cuenta con un respaldo de la autoridad sanitaria, sin que ello corresponda a la realidad, en el marco de las funciones del Instituto.

En esta senda, se reitera la importancia de que cualquier uso de la marca INVIMA debe contar con autorización previa, expresa y formal, en estricta observancia de los lineamientos institucionales y normativos aplicables, para este caso se debe consultar con el Grupo de Comunicaciones del Instituto el Manual de uso de imagen institucional vigente, a fin de evitar la vulneración de derechos marcarios, la inducción a error en el consumidor y la comisión de actos ilegales que perjudiquen tanto los intereses institucionales como los del mercado y la salud pública.

En consecuencia, se recomienda mantener un monitoreo activo y continuo de las plataformas digitales, con el fin de identificar y gestionar oportunamente la suspensión, bloqueo o eliminación de cualquier publicidad o contenido que haga uso indebido del logo INVIMA, en cumplimiento de los convenios establecidos con operadores como META y Mercado Libre. Asimismo, frente a la identificación de situaciones que evidencien una clara vulneración del derecho exclusivo de uso de la marca INVIMA, se deberá poner inmediatamente en conocimiento del Grupo de Representación Judicial y Extrajudicial en Procesos Contencioso Administrativos de esta Oficina, a fin de que pueda ejercer las acciones de defensa necesarias y pertinentes ante la Superintendencia de Industria y Comercio y demás autoridades competentes.

4. **Respuesta a las inquietudes planteadas:**

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, esta Oficina de manera concreta procede a dar respuesta a las inquietudes planteadas:

1. ***Qué acciones debemos tomar como grupo cuando se detecta el uso no autorizado del logotipo del Invima en la publicidad de productos?***

RTA: Lo primero que debe recordarse es que el INVIMA tiene el derecho exclusivo de autorizar el uso del logo, conforme lo previsto en la Decisión Andina 486 de 2000 y la legislación nacional complementaria, que exige que cualquier uso de una marca ajena sea de buena fe, limitado a fines de identificación o información, y sin inducir a confusión sobre la procedencia de productos o servicios. Por tanto, cualquier otro uso debe contar con autorización expresa del Instituto, la cual se concede de manera excepcional y generalmente con fines educativos o informativos. De lo contrario, se considerará una presunta infracción a los derechos de propiedad industrial, sujeta a las acciones y/o sanciones legales correspondientes por parte de las autoridades competentes.

Frente a la identificación del uso no autorizado del logotipo INVIMA, resulta esencial dar conocimiento inmediato al Grupo de Representación Judicial y Extrajudicial en Procesos Contencioso Administrativos de la Oficina Asesora Jurídica, a fin de que en el marco de sus competencias, evalúe la situación y, si procede, gestione las acciones legales o administrativas correspondientes ante las autoridades competentes, que garanticen la defensa efectiva de los derechos exclusivos del INVIMA sobre su marca, evitando el uso indebido y protegiendo su imagen institucional.

2. ***¿Existen empresas y/o productos que tengan autorización de utilizar el logotipo del Invima? De ser afirmativa su respuesta, ¿Cómo podemos consultar la base de datos o las autorizaciones?***

RTA: Como se indicó en precedencia, la autorización para el uso del logotipo INVIMA es excepcional y está estrictamente restringida, generalmente otorgada únicamente para eventos corporativos, interinstitucionales, educativos y de carácter pedagógico, siempre en cumplimiento con los lineamientos establecidos en el MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL INVIMA. Esta Oficina Asesora Jurídica no dispone de un registro ni lleva el control de dichas

autorizaciones; por tanto, para obtener información precisa y actualizada sobre los permisos concedidos, se sugiere consultar directamente con Grupo de Comunicaciones de la Dirección General, encargado de supervisar el cumplimiento de estos lineamientos y de gestionar el uso adecuado de la marca.

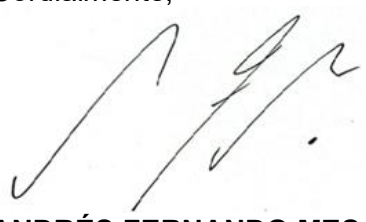
> ***3. ¿Dentro de las causales para solicitar la suspensión de la publicidad de un producto entraría el uso no autorizado del logotipo del Invima? De ser afirmativa su respuesta, ¿Bajo qué soporte normativo lo podríamos respaldar ante las plataformas con las cuales tenemos convenio? (…)"***

RTA: Lo primero que debe advertirse es que la suspensión de la publicidad de un producto de competencia del Instituto debe realizarse en estricto cumplimiento de la normativa sanitaria específica aplicable a cada producto, la cual regula los requisitos y condiciones para la comercialización y promoción de dichos productos frente al riesgo que representa el producto para la salud de la población colombiana. No obstante, existe un marco normativo internacional e interno - citado y desarrollado en el concepto del anexo-, que protege el derecho marcario, la propiedad industrial y los signos distintivos como el logotipo del INVIMA.

En esta medida, la Decisión Andina 486 de 2000 establece que el uso no autorizado de una marca o logotipo constituye una infracción al derecho marcario, configurando una conducta ilegal que puede dar lugar a la adopción de medidas legales y administrativas, para evitar la vulneración de estos derechos. Por tanto, aunque la suspensión de publicidad debe regirse por la norma sanitaria aplicable, cualquier uso no autorizado del logotipo INVIMA se considera una infracción marcaria y puede justificar acciones para impedir dicha utilización conforme al ordenamiento jurídico vigente, más aún cuando ello puede ocasionar la falsa impresión de legitimidad de un producto, o el aval por parte del Instituto, cuando ello no corresponde a la realidad en el marco de las funcione legales asignadas, poniendo, eventualmente, en riesgo la salud pública por la falsa apreciación del mismo por el uso indebido de la marca.

En los términos anteriores damos respuesta a su solicitud.

Cordialmente,



ANDRÉS FERNANDO MESA VALENCIA
Jefe Oficina Asesora Jurídica

Proyectó: Astrid Lorena Bernal Rincón
Revisó: Sebastián Osorio Hernández
Anexo: Concepto Oficina Asesora Jurídica 1107-050-2024- Respuesta a consulta con radicado 20243003974 – Uso restringido de la marca INVIMA.