

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 89783

Ref. Expediente N° SD2025/0000378

Por la cual se niega un registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 3 de enero de 2025, la sociedad **FUTU PRO S.A.S**, solicitó el registro de la Marca **INTELLECTUS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1060 del 06 de marzo de 2025, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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 el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 5: Agentes de acción retardada, a saber, cápsulas que permiten la liberación controlada de ingredientes activos de una amplia gama de productos farmacéuticos.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0000378

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

Análisis de oficio de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486:

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
Mixta	INTELLECTUS CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN	HOSPITAL UNIVERSITARIO SAN IGNACIO	SD2019/0025102	11	42, 44	Marca	Registrada	02/nov/2029

Los signos a comparar son los siguientes:

•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.

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° SD2025/0000378

El signo solicitado	La marca registrada
 INTELLECTUS INTELLECTUS (mixta)	 INTELLECTUS Centro de Memoria y Cognición INTELLECTUS CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN (mixta)

Jurisprudencia:

Comparación entre marcas mixtas:

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”.

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo:

El signo solicitado es de naturaleza mixta, conformado por la denominación “**INTELLECTUS**” representando en su elemento figurativo una bombilla cuyo interior tiene la forma de un cerebro, este signo será cotejado con el signo “**INTELLECTUS CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN**” también de naturaleza mixta, con un elemento figurativo formado por una figura geométrica central con puntos unidos por líneas, simulando una red interconectada, frente a los cuales se evidencian similitudes susceptibles de generar confusión.

En un primer lugar, al analizar los elementos figurativos que acompañan a los signos

Ref. Expediente N° SD2025/0000378

“**INTELLECTUS**” y “**INTELLECTUS CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN**”, se advierte que ambos comparten una intención conceptual afín, en la medida en que los dos diseños buscan representar ideas relacionadas con la inteligencia, el pensamiento y la actividad cerebral, coherentes con el significado del término “**INTELLECTUS**”.

Adicional a lo anterior, al efectuar el cotejo entre los signos “**INTELLECTUS**” y “**INTELLECTUS CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN**”, debe realizarse el análisis de forma integral, considerando su estructura ortográfica, fonética y conceptual, sin fraccionar los elementos que los componen.

Desde el punto de vista ortográfico y fonético, ambos signos comparten de manera idéntica el elemento **INTELLECTUS**, que constituye la totalidad del primero y el componente inicial y predominante del segundo. Este término tiene una gran fuerza distintiva dentro del conjunto, al encontrarse ubicado al inicio de la expresión compuesta, posición que capta con mayor facilidad la atención del consumidor. La adición de la expresión “**CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN**” en el segundo signo no modifica sustancialmente la percepción del término principal, ya que dicha frase actúa como una descripción del tipo de establecimiento o actividad que desarrolla, es decir, tiene carácter descriptivo y secundario.

En cuanto a la sílaba tónica, ambos signos conservan la misma acentuación en el vocablo **INTELLECTUS**, lo que refuerza su similitud sonora. Además, el orden de las vocales y la estructura silábica de este elemento son idénticos, de manera que la sonoridad y pronunciación resultan prácticamente iguales.

Desde el punto de vista conceptual o ideológico, ambos signos evocan la misma idea asociada a la inteligencia, el conocimiento o la capacidad intelectual, derivada del término latino *intellectus*, que significa entendimiento o comprensión. La expresión complementaria “**CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN**” únicamente delimita el ámbito de actividad del establecimiento, sin generar una diferenciación conceptual suficiente para alterar la impresión general.

En consecuencia, se observa que el signo “**INTELLECTUS**” reproduce en su integridad el elemento denominativo **INTELLECTUS**, el cual constituye el núcleo distintivo y de mayor recordación en la mente del consumidor dentro de la marca previamente registrada “**INTELLECTUS CENTRO DE MEMORIA Y COGNICIÓN**”. Por lo anterior, se concluye que entre los signos confrontados existe una alta similitud ortográfica, fonética y conceptual, circunstancia que resulta suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación indirecta en el público consumidor respecto del origen empresarial de los productos o servicios que pretende amparar el signo solicitado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0000378

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

5: Agentes de acción retardada, a saber, cápsulas que permiten la liberación controlada de ingredientes activos de una amplia gama de productos farmacéuticos.

El signo previamente registrado o solicitado identifica:

Expediente

Producto y/o servicios

SD2019/0025102 (42): Análisis e investigaciones científicos; consultoría e investigación bacteriológica; consultoría en investigación científica; consultoría en investigación farmacéutica; consultoría en investigación y desarrollo en el ámbito de la terapéutica; consultoría relacionada con la investigación y el desarrollo farmacéuticos; información sobre investigación científica en los ámbitos de la bioquímica y la biotecnología; investigación biológica, investigación clínica e investigación médica; investigación científica; investigación científica con fines médicos; investigación científica con una finalidad médica; investigación clínica; investigación genética; investigación médica; investigación relacionada con la medicina; servicios de asesoramiento en relación con la investigación científica; servicios de consultoría en investigación en el ámbito de la medicina; servicios técnicos de investigación.

(44): Servicios de salud; servicios de medicina; servicios médicos; análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; análisis médicos para fines de diagnóstico o de tratamiento; consultoría sobre asistencia médica prestada por médicos y otro personal médico especializado; exámenes médicos; imagenología para diagnósticos médicos; planificación de tratamientos médicos; servicios de análisis médicos; servicios de análisis médicos en relación con el tratamiento de pacientes; servicios de análisis médicos para diagnóstico y tratamiento prestados por laboratorios médicos; servicios de médicos; servicios médicos de centros de salud; servicios médicos para el diagnóstico de enfermedades del cuerpo humano; servicios médicos en relación con el tratamiento del dolor crónico; servicios médicos y sanitarios prestados por clínicas.

Conexidad entre los productos de la clase 5 y los servicios de la clase 42 internacional (Razonabilidad)

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° SD2025/0000378

Desde la perspectiva del consumidor, resulta razonable considerar que tanto los productos farmacéuticos como los servicios de investigación y desarrollo farmacéutico puedan provenir del mismo origen empresarial, especialmente tratándose de empresas del sector farmacéutico o biotecnológico que desarrollan sus propios procesos de investigación y producción. Es común en el mercado que los laboratorios farmacéuticos integren tanto la **“fabricación de medicamentos”** como las **“actividades de investigación científica”** para la creación de nuevos fármacos o tecnologías terapéuticas.

En atención a lo expuesto, se concluye que entre los productos de la clase 5 y los servicios de la clase 42 existe conexidad competitiva, sustentada en los criterios de complementariedad y razonabilidad, en la medida en que los productos farmacéuticos de acción retardada son el resultado directo de las actividades de investigación y desarrollo científico descritas en los servicios comparados. En tal sentido, se advierte una vinculación relevante entre los signos que amparan los mencionados productos y servicios, susceptible de generar en el consumidor la percepción de que ambos provienen del mismo agente económico o pertenecen al mismo grupo empresarial dentro del sector farmacéutico.

No resulta ajeno al mercado que un empresario que se desempeña en el ámbito farmacéutico o biotecnológico busque ampliar su esquema de negocios e incursione en la prestación de servicios complementarios de investigación y desarrollo, o que, inversamente, un centro de investigación farmacéutica decida producir y comercializar los medicamentos resultantes de sus estudios. En este contexto, el riesgo de asociación entre los signos se incrementa de manera significativa, al punto de impedir el registro del signo solicitado, en tanto pretende identificarse dentro de un sector afín y funcionalmente relacionado con aquel amparado por el signo previamente registrado.

Conexidad entre los productos de la clase 5 y los servicios de la clase 44 internacional (Razonabilidad)

Desde la perspectiva de la razonabilidad, resulta verosímil que el consumidor asocie los productos y servicios comparados con un mismo origen empresarial, pues en el mercado farmacéutico y sanitario es común que instituciones médicas, clínicas o laboratorios desarrollen, prescriban o comercialicen productos farmacéuticos vinculados con los tratamientos que ofrecen. Asimismo, muchos fabricantes de medicamentos cuentan con divisiones de investigación médica o prestan servicios asociados al diagnóstico y tratamiento de pacientes.

Por lo anterior, el consumidor promedio podría considerar razonable que los productos farmacéuticos y los servicios médicos o de salud provengan del mismo agente económico o que entre ellos exista una relación empresarial o funcional.

En virtud de lo anterior, se determina que entre los productos farmacéuticos de la clase 5, específicamente los **“agentes de acción retardada”**, y los **“servicios médicos y de salud”** de la clase 44, existe conexidad competitiva bajo los criterios de complementariedad y razonabilidad, toda vez que ambos comparten una finalidad común orientada al cuidado, diagnóstico y tratamiento de la salud humana, y el consumidor puede percibirlos como provenientes de un mismo origen empresarial.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0000378

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 1. Negar el registro de la Marca **INTELLECTUS** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la sociedad **FUTU PRO S.A.S**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 2. Notificar de esta resolución a la sociedad **FUTU PRO S.A.S**, solicitante del registro marcario, entregándole copia de esta 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 3. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 31 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 5: Agentes de acción retardada, a saber, cápsulas que permiten la liberación controlada de ingredientes activos de una amplia gama de productos farmacéuticos.