

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 97716

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

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 22 de mayo de 2025, **ACESO LABORATORIES, INC.**, solicitó el registro de la Marca **ATIDA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 5 y 10 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1069, **AL PHARMA S.A.S.**, presentó oposición frente a las clases 5 y 10 con fundamento en: Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

(...) La marca cuyo registro se solicita ES SIMILARMENTE CONFUNDIBLE, VISUAL, FONÉTICA Y ORTOGRÁFICAMENTE, a las marca previamente registrada ALIDA (M) de la cual es titular mi poderdante, para distinguir productos de la clase 05 Internacional.

(...) Al efectuar el respectivo análisis de los signos, se observa que existe coincidencia en el elemento nominativo el cual, visualmente, tiene una configuración muy similar.

(...) Como se observa, la única diferencia entre la marca solicitada y la marca registrada en la consonante (T) contenida en la marca solicitada que, si bien implica un cambio ortográfico, este no es relevante por lo que no genera disimilitud de las expresiones e induciría a confusión al consumidor medio.

(...) en este caso, las marcas confrontadas comparten igual sílaba inicial (A), vocal intermedia (i) y sílaba final (DA). Concluyendo así que la marca solicitada reproduce prácticamente de forma exacta la marca prioritaria de mi poderdante.

(...) Como puede apreciarse entre las expresiones ATIDA y ALIDA existe una similitud tal que raya con la identidad, pues comparten la materia de sus letras, veamos:

¹ **5:** Preparaciones químicas para diagnosticar el embarazo; preparaciones de diagnóstico para uso médico; reactivos químicos para uso médico o veterinario; reactivos con biomarcadores para el diagnóstico médico; desinfectantes; sustancias dietéticas para uso médico; depurativos; preparaciones de diagnóstico para uso veterinario; herbicidas; bastoncillos de algodón para uso médico.
10: Aparatos e instrumentos médicos; aparatos de diagnóstico para uso médico; aparatos e instrumentos odontológicos; aparatos de imagenología ultrasónica para uso médico; guantes para uso médico; anticonceptivos que no sean químicos; implantes quirúrgicos compuestos de materiales artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura; cuentagotas para uso médico.

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

Secuencia de vocales:	
Signo solicitado:	A - I - A
Signos opositor: ALIDA	A - I - A
Secuencia de consonantes:	
Signo solicitado:	r - D
Signos opositor: ALIDA	L - D
Numero de letras:	
Signo solicitado:	5
Signos opositor: ALIDA	5

Con base en lo anterior, es evidente que las marcas en conflicto no pueden coexistir sin generar un riesgo de confusión en el público consumidor. La marca solicitada reproduce las mismas vocales en el mismo orden que la marca previamente registrada, comparte la misma consonante final y tiene igual número de letras, por lo que evidencia la similitud entre las marcas.

(...) Ahora bien, si se analizan los dos signos cotejados, encontramos que comparten casi todas las letras que los componen, tanto vocales como consonantes. Tal similitud se hace evidente desde el punto de vista fonético, de acuerdo con el siguiente análisis:

MARCA OPOSITORA	MARCA SOLICITADA
ALIDA	ATIDA
a-li-da Pronunciación	a-ti-da Pronunciación
A-LI-DA Tres Sílabas	A-TI-DA ¹ Tres sílabas

(...) La pronunciación de la marca confrontada es muy similar en virtud a la secuencia de las vocales, las cuales dan la acentuación. Concluyendo así que la marca solicitada reproduce prácticamente de forma exacta la marca prioritaria de mi poderdante. Lo anterior se demuestra con un sencillo ejercicio consistente en repetir algunas veces las dos (2) expresiones de la siguiente manera:

ALIDA – ATIDA / ALIDA - ATIDA / ALIDA – ATIDA / ALIDA - ATIDA
ATIDA – ALIDA / ATIDA – ALIDA / ATIDA – ALIDA / ATIDA – ALIDA
ALIDA – ATIDA / ALIDA - ATIDA / ALIDA – ATIDA / ALIDA - ATIDA
ATIDA – ALIDA / ATIDA – ALIDA / ATIDA – ALIDA / ATIDA – ALIDA
ALIDA – ATIDA / ALIDA - ATIDA / ALIDA – ATIDA / ALIDA - ATIDA

(...) De la simple visión del conjunto de la marca solicitada se desprende indefectiblemente y de manera evidente y contundente que la marca solicitada evoca a la marca registrada, sin que el pequeño cambio introducido tenga suficiente relevancia para diferenciar las marcas, ni le confieran distintividad alguna a la marca solicitada.

Clase 5ª:

(...) En efecto, podrá el despacho encontrar que es evidente que los productos son idénticos y resulta innecesario realizar una explicación a lo que es evidente, pues se vislumbra que las marcas protegerían los mismos productos (PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y VETERINARIOS; PRODUCTOS Y



Ref. Expediente N° SD2025/0048387

PREPARACIONES PARA FINES MEDICOS). Por tal razón, las marcas compartirán los mismos canales de comercialización distribución y publicidad, por consiguiente, los signos en conflicto no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión entre el público consumidor, mucho menos cuando los titulares comparten los mismos clientes y el mismo nicho de mercado, por lo que los signos para identificar tales productos deben ser realmente distintivos, lo que implica que sean significativamente diferentes, para que así no exista el más mínimo riesgo de confusión entre el público consumidor.

Dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance de consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, ya sean droguería, farmacias, almacenes de cadena, tiendas especializadas en productos médicos, pues es evidente que las marcas ofrecen los mismos productos, asumiéndose equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Clase 10:

(...) Al respecto podrá el despacho encontrar que es evidente que los productos presentan una estrecha relación, se vislumbra que las marcas protegerían productos que pertenecen a un mismo sector, esto es PRODUCTOS DE USO MEDICO. Por tal razón, las marcas compartirán los mismos canales de comercialización distribución y publicidad, por consiguiente, los signos en conflicto no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión entre el público consumidor, mucho menos cuando los titulares comparten los mismos clientes y el mismo nicho de mercado, por lo que los signos para identificar tales productos deben ser realmente distintivos, lo que implica que sean significativamente diferentes, para que así no exista el más mínimo riesgo de confusión entre el público consumidor.

Dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance de consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, como lo son droguerías, farmacias, almacenes de cadena, como Locatel, Farmatodo, pues es evidente que las marcas ofrecen productos para uso en la área de la medicina, asumiéndose equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Que dentro del término concedido para tal efecto, **ACESO LABORATORIES, INC.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

(...) En el presente caso, estamos solicitando formalmente, y realizando el pago correspondiente, la prórroga legal de treinta (30) días con el fin de adjuntar el material probatorio junto con su respectivo análisis. Este material resulta esencial para demostrar que el signo ATIDA en la clase 5 puede ser registrado en Colombia sin generar riesgo alguno de confusión o asociación indebida con signos preexistentes.

Vencido el plazo de prórroga el solicitante no dio respuesta a la oposición presentada.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

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, 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.

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° SD2025/0048387

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	Estado	Vigencia
Mixta	ALIDA	AL PHARMA S.A.S.	SD2019/0038782	11	5	Marca	Registrada	24 jun. 2030

Facultad oficiosa de la Administración

De conformidad con lo preceptuado en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, esta Oficina siempre realiza un estudio de fondo de irregistrabilidad de los signos solicitados, así no se haya presentado oposición, ya sea para conceder o negar el registro de la marca, porque en ningún momento se encuentra eximida de realizar el referido examen de irregistrabilidad.

En efecto, el Tribunal en múltiples Interpretaciones Prejudiciales⁴ ha abordado el tema del examen de registrabilidad, pero en uno de sus últimos pronunciamientos, determinó con toda claridad cuáles son las características de este examen:

“1. El examen de registrabilidad se realiza de oficio. La Oficina Nacional Competente debe realizar el examen de registrabilidad así no se hubieren presentado oposiciones, o no hubiere solicitud expresa de un tercero.

2. El examen de registrabilidad es integral La Oficina Nacional Competente al analizar si un signo puede ser registrado como marca debe revisar si cumple con todos los requisitos de artículo 134 de la Decisión 486, y luego determinar si el signo solicitado encaja o no dentro de alguna de las causales de irregistrabilidad consagradas en los artículos 135 y 136 de la misma norma.

3. En consecuencia con lo anterior y en relación con marcas de terceros, la Oficina Nacional Competente, así hubiera o no oposiciones, deberá revisar si el signo solicitado no encuadra dentro del supuesto de irregistrabilidad contemplado en el artículo 136, literal a): es decir, debe determinar si es o no idéntico o se asemeja o no 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’ (Proceso 180-IP-2006. Interpretación Prejudicial de 4 de diciembre de 2006, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena NC 1476, de 16 de marzo de 2007. Marca: ‘BROCHA MONA”).”

Por lo tanto, se advierte que la ausencia de oposición durante el trámite administrativo, su presentación con resultado desfavorable para el opositor o el desistimiento de la misma no significa la concesión automática de registro de un signo distintivo. Así, conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales realizará un examen integral de la solicitud de registro con independencia del resultado de la oposición presentada, trayendo de oficio las causales de irregistrabilidad que considere relevantes.

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información

⁴ Se destacan las siguientes Interpretaciones Prejudiciales sobre la materia: Interpretación Prejudicial de 7 de julio de 2004, proferida dentro del proceso 40-IP-2004; Interpretación Prejudicial de 9 de marzo de 2005, proferida dentro del proceso 03-IP-2005; e Interpretación Prejudicial de 16 de noviembre de 2005, proferida dentro del proceso 167-IP-2005.



Ref. Expediente N° SD2025/0048387

relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	ATID	ALPHA-BIO TEC. Ltd.	SD2018/0063120	11	10	Marca	Registrada	26 abr. 2028
Nominativa	ATINA	PROCAPS S.A.	02110853	8	5	Marca	Registrada	09 jul. 2033
Nominativa	ATIDEX	ESPECIALIDADES OFTALMOLOGICAS S.A.	06030604	8	5	Marca	Registrada	16 jul. 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
	

Antecedentes
ATID
ATINA
ATIDEX

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En el análisis comparativo de marcas mixtas, como las antes vistas, es necesario tener en cuenta que ellos se componen de un elemento denominativo y otro gráfico lo que, por ende, sugiere que deberá establecerse cuál de estos dos elementos es el predominante.

“Aunque el elemento denominativo del signo mixto suele ser el preponderante, dado que las palabras impactan más en la mente del consumidor, también puede suceder que el elemento predominante no sea éste sino el elemento gráfico, ya sea que, por su tamaño, color, diseño y otras características puedan causar un mayor impacto en el consumidor, de acuerdo con las particularidades de cada caso.”⁵

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

⁵ TJCA, Proceso N° 49-IP-2016



Ref. Expediente N° SD2025/0048387

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”⁶*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁷ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación predomina el elemento denominativo, 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 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 signos.”⁸**

Comparación entre signos nominativos y mixtos

⁶ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁷ “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 26-IP-2014”.

⁸ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁹

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)*¹⁰

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas¹¹ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

⁹ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

¹⁰ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

¹¹ “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 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación 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 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 signos.**”¹²*

Análisis comparativo

El signo solicitado a registro es de naturaleza mixta y se encuentra conformado por la expresión **ATIDA**, en una tipografía particular. Por su parte, la marca fundamento de oposición es de naturaleza mixta y se encuentra conformada por la expresión **ALIDA**, en tipografía simple, dispuesta sobre la sombra de lo que parece una hoja. Finalmente, las marcas antecedentes son de naturaleza nominativa simple conformadas por las expresiones **ATID**, **ATINA** y **ATIDEX**.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce parte importante de la estructura gramatical de los signos antecedentes.

Cabe precisar que es el elemento nominativo dentro del signo solicitado y opositor mixtos el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con estas marcas.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado, conformado por la expresión **ATIDA**, reproduce totalmente la denominación que conforma a la marca **ATID**, así como la mayoría de las letras que conforman las marcas **ALIDA**, **ATINA** y **ATIDEX**.

Al realizar la comparación frente a la marca opositora, se observa que la palabra **ATIDA** presenta la misma extensión: cinco letras; igual secuencia vocálica: A-I-A; y la misma terminación: DA, que la marca **ALIDA**, diferenciándose tan solo en la sustitución de la letra L por la letra T, sin que dicho cambio resulte suficiente para diferenciar ambos signos, toda vez que para el efecto se requeriría de una pronunciación demasiado detallada.

Situación similar ocurre frente al signo **ATINA**, con el cual comparte exactamente la misma extensión: cinco letras; igual secuencia vocálica: A-I-A, y la misma sílaba segunda TI;

¹² TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

diferenciándose tan solo en la sustitución de la consonante final: D por N, presentando una similitud fonética dada la conjugación de los fonemas utilizados.

Finalmente, al comparar las expresiones ATIDA y ATIDEX se encuentra identidad en los cuatro fonemas iniciales utilizados en ambos términos, lo que llevará al consumidor a asumir que ambos signos provienen de un mismo origen empresarial, en la medida en que presentan identidad en la mayoría de grafemas utilizados.

Así las cosas, se observan claras semejanzas en los vocablos predominantes en cada uno de los signos confrontados, elemento relevante en la configuración del signo y que resalta respecto de los demás, de esta manera, el signo solicitado resulta confundible con los signos antecedentes.

Adicionalmente, es necesario recordar que el consumidor medio, habitualmente, no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto en su memoria de los signos en cuestión y que, además el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos. En ese orden de ideas, es probable que el público cuando se encuentre ante las marcas enfrentadas las confunda entre sí o asuma que la marca solicitada es una variación de los signos previamente registrados.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

5: Preparaciones químicas para diagnosticar el embarazo; preparaciones de diagnóstico para uso médico; reactivos químicos para uso médico o veterinario; reactivos con biomarcadores para el diagnóstico médico; desinfectantes; sustancias dietéticas para uso médico; depurativos; preparaciones de diagnóstico para uso veterinario; herbicidas; bastoncillos de algodón para uso médico.

10: Aparatos e instrumentos médicos; aparatos de diagnóstico para uso médico; aparatos e instrumentos odontológicos; aparatos de imagenología ultrasónica para uso médico; guantes para uso médico; anticonceptivos que no sean químicos; implantes quirúrgicos compuestos de materiales artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura; cuentagotas para uso médico.

Los signos confrontados identificados:

Expedientes	Productos
-------------	-----------

Marca opositora:

SD2019/0038782	(5): Productos farmacéuticos; medicamentos para uso médico especialmente: agentes antineoplásicos e inmunomoduladores, preparaciones químicas para uso médico y farmacéutico.
-----------------------	--

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

Razonabilidad

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “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. (...)”¹³.

Al analizar la cobertura de los signos en conflicto, esta Dirección encuentra que son competitiva y razonablemente conexos.

Lo anterior, toda vez que de acuerdo a la realidad del mercado, es cada vez más frecuente que el empresario que se desempeña en una actividad específica dentro del sector médico, del sector de la salud, decida ampliar su portafolio de negocios e incursione en ramas análogas que contribuyan a su esquema empresarial, en donde produzca otro tipo de productos farmacéuticos, medicamentos o instrumentos médicos o de diagnóstico que compartirán la misma finalidad de cuidado de la salud, de control médico o de aplicación médica.

Por lo tanto, en atención al principio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de la marca antecedente, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Marcas antecedentes:

02110853 (5): Productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos, sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y moldes dentales, desinfectantes y productos para la destrucción de animales dañinos, fungicida y herbicidas.

06030604 (5): Productos farmacéuticos oftalmológicos e higiénicos de uso humano.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Razonabilidad

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la

¹³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. (...)”¹⁴.

Al analizar la cobertura de los signos en conflicto, esta Dirección encuentra que son competitiva y razonablemente conexos.

Lo anterior, toda vez que de acuerdo a la realidad del mercado, es cada vez más frecuente que el empresario que se desempeña en una actividad específica dentro del sector médico, del sector de la salud, decida ampliar su portafolio de negocios e incursione en ramas análogas que contribuyan a su esquema empresarial, en donde produzca otro tipo de productos farmacéuticos, medicamentos o instrumentos médicos o de diagnóstico que compartirán la misma finalidad de cuidado de la salud, de control médico o de aplicación médica.

Por lo tanto, en atención al principio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos del titular de la marca antecedente, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

SD2018/0063120 (10): Miembros artificiales, implantes dentales; componentes protésicos, a saber, retenedores, piezas secundarias, partes terciarias; prótesis dentales y sus partes; endoprótesis para la medicina humana, dental y veterinaria; instrumentos quirúrgicos para uso dental.

En relación a la clase 10 solicitada, esta Dirección encuentra una relación de conexidad entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 10° Internacional y los que distingue la marca registrada en la **clase 10°** Internacional, no solo en razón a que pertenecen al mismo Clasificador Internacional de Niza, sino gracias a que existe identidad en los productos relacionados, al coincidir en la identificación de aparatos e instrumentos odontológicos en una relación de género a especie.

En efecto, la Dirección observa que dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

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.

Conclusión

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,

¹⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0048387

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por **AL PHARMA S.A.S.**, frente a la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Declarar fundada la oposición interpuesta por **AL PHARMA S.A.S.**, frente a la clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **ATIDA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁵, solicitada por **ACESO LABORATORIES, INC.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro de la Marca **ATIDA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁶, solicitada por **ACESO LABORATORIES, INC.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Notificar a **ACESO LABORATORIES, INC.**, solicitante del registro y a **AL PHARMA S.A.S.**, opositor, 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 6: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 25 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

¹⁵ **5:** Preparaciones químicas para diagnosticar el embarazo; preparaciones de diagnóstico para uso médico; reactivos químicos para uso médico o veterinario; reactivos con biomarcadores para el diagnóstico médico; desinfectantes; sustancias dietéticas para uso médico; depurativos; preparaciones de diagnóstico para uso veterinario; herbicidas; bastoncillos de algodón para uso médico.

¹⁶ **10:** Aparatos e instrumentos médicos; aparatos de diagnóstico para uso médico; aparatos e instrumentos odontológicos; aparatos de imagenología ultrasónica para uso médico; guantes para uso médico; anticonceptivos que no sean químicos; implantes quirúrgicos compuestos de materiales artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura; cuentagotas para uso médico.