

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 2209

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

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 15 de mayo de 2025, **LABORATORIOS CALLBEST LTDA.**, solicitó el registro de la Marca **AZIMEL** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1068 el 29 de mayo de 2025, **LABORATORIOS BUSSIE S.A.**, presentó oposición con fundamento en el artículo 136, literal a), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

TERCERO: Que, la expresión solicitada, dada su extrema semejanza, es evidentemente confundible con la marca AZIMELOX actualmente registrada. Adicionalmente las citadas marcas pertenecen a la misma clase 5ª y están destinadas a identificar productos farmacéuticos veterinarios de aplicación en animales.

Como se deduce de ambas expresiones, estas son de fantasía y los productos que identifican se expenden en veterinarias con el mismo principio activo AZITROMICINA, lo cual puede inducir al público en general y al consumidor promedio a confundir y errar en la adquisición de estos por dichas similitudes, lo cual, a su vez, podría materializar el evento de confusión o asociación consagrado en el literal (a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena para las marcas idénticas o semejantes. Lo anterior, no sólo podría afectar gravemente los intereses de Bussié, sino también las inversiones realizadas para efectos del posicionamiento de la marca AZIMELOX.

CUARTO: De concederse el registro de la marca AZIMEL se estaría obviando no sólo la protección al consumidor, sino el derecho de la competencia, y vulnerando las prerrogativas que tiene Bussié, como titular de la marca AZIMELOX, lo cual puede causarle graves perjuicios.

QUINTO: Que, Bussié comercializa el producto AZIMELOX desde hace ocho (8) años o más, siendo acreditada en el mercado veterinario colombiano mediante un gran esfuerzo humano y de capital demostrable con las ventas alcanzadas durante estos años.

II. PREVISIONES LINGÜÍSTICAS

La marca AZIMEL de la cual se solicitó registro, guarda gran similitud con la marca AZIMELOX de titularidad de Bussié, lo cual puede observarse desde varias ópticas, a saber:

PRIMERA:

Desde el punto de vista gráfico, las marcas en mención son casi idénticas sin recurrir

¹ 5: Antibióticos; antibióticos en comprimidos; antibióticos para uso veterinario; combinaciones de antibióticos; preparados antibióticos mixtos.

Resolución N° 2209

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

siquiera a la división silábica que muchos utilizan en sus comparaciones. De su apreciación en conjunto se observa lo anterior, ya que sólo se eliminan las letras finales O y X, que da como resultado la expresión solicitada AZIMEL:

AZIMEL
AZIMELOX

La marca solicitada AZIMEL presenta este cambio tan insignificante que antes que producir una diferenciación es más bien una trampa hacia la confusión procurando el error de una marca ya acreditada en el mercado, por una marca que recién aparece con la necesidad de derivar ventas sin mayor inversión ni posicionamiento. Es importante resaltar que estas denominaciones están dirigidas a distinguir productos con indicación terapéutica, por ende, es el cuerpo médico veterinario o los distribuidores veterinarios quienes las prescriben o recomiendan en fórmulas o verbalmente donde en algunos casos su grafía o su sonoridad es de difícil comprensión llevando a los compradores a errar ocasionando tal vez, irremediables perjuicios en la comunidad o bien en este caso para mi representada.

SEGUNDA:

También, de un somero vistazo a estas expresiones, se podría concluir de plano que las marcas en mención son idénticas, ya que coinciden en todas las vocales de las sílabas de la marca solicitada, siendo gráficamente confundibles y generadores de confusión y error en el público consumidor. Adicionalmente, es importante poner de presente que, la expresión AZIMEL pretende hacer supuestos cambios eliminando las letras “O” y “X”, pero realmente copia la integridad de la marca ya registrada para pasar así como una supuesta marca diferente y diferenciable.

También, es relevante indicar que AZIMEL copia parcialmente la marca de Bussié, ya que las variaciones que implementa son casi imperceptibles para un consumidor promedio que no sabe de medicamentos de uso veterinario y donde uno de ellos pretende desviar su atención.

Ahora, todo lo anterior no implica el nacimiento de una nueva marca y mucho menos es signo de distinción. Por el contrario, crea error en el consumidor impulsando a relacionar estos productos y se podría pensar inclusive que AZIMEL constituye una nueva versión o una presentación diferente del producto AZIMELOX, para lo cual, a continuación, se observa que al nombrarlas consecutivamente crea confusión:

AZIMEL-AZIMELOX-AZIMEL-AZIMELOX-AZIMEL-AZIMELOX-AZIMEL-AZIMELOX-
AZIMEL-AZIMELOX-AZIMEL-AZIMELOX-AZIMEL-AZIMELOX-AZIMEL-AZIMELOX-
AZIMEL

TERCERA:

En cuanto a la composición morfológica se diferencian en un grafema, pues el resto de letras están ubicadas en similar forma y disposición, lo que las hace visualmente confundibles y se asemejan hasta el punto de convertirse en idénticas, lo que evidencia aún más su similitud, pues como se indicó se podría suponer que es una presentación diferente del producto AZIMELOX de propiedad de Bussié o una extensión del mismo, como a continuación se refleja:

A ZI MEL – A ZI MELOX
1 2 3 – 1 2 3 4

CUARTA:

La expresión AZIMEL solicitada por LABORATORIOS CALLBEST LTDA., es exageradamente similar a la marca de Bussié y no le otorga ningún grado de distinción, por lo que, se vulnera el literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

del Acuerdo de Cartagena el cual establece que:

“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 puede causar un riesgo de confusión o de asociación.”

QUINTA:

La similitud fonética se presenta entre los signos que al ser pronunciados tienen un sonido similar. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces, terminaciones, o letras. En el presente caso, ambos signos son fonéticamente confundibles, pues como ya se advirtió, el conjunto pronunciable del signo solicitado AZIMEL comprende totalmente la denominación del signo primeramente solicitado para registro AZIMELOX, pues la simple pronunciación sucesiva de los signos en conflicto demuestra la confusión que generan.

SEXTA:

En línea con lo anterior, por el hecho de que el conjunto del signo solicitado AZIMEL reproduce totalmente la composición de la marca registrada AZIMELOX, se genera un efecto sonoro idéntico, de tal manera que al ser pronunciados por el público consumidor éste no contará con herramientas suficientes para diferenciar uno de otro y, pensará que se está haciendo referencia a la marca de titularidad de Bussié. Por otra parte, además de la confusión directa que se presenta entre las marcas en conflicto, también se presenta entre ellas la confusión indirecta, por cuanto el público muy probablemente admitiría un mismo origen comercial, produciéndose confusión y error respecto de una idéntica procedencia, es decir que de otorgarse el registro solicitado se induciría en engaño al público consumidor.

Por lo tanto, si lo que la legislación marcaría pretende evitar es el engaño al consumidor, corresponde entonces a la División evitar que este riesgo se presente, impidiendo la coexistencia de signos similares, como en el presente caso, que afecten los intereses no sólo de los consumidores, sino también de aquellos a quienes corresponde legítima y legalmente proteger, por virtud de las normas de la Decisión Andina cuya aplicación se solicita tener en cuenta en este asunto.

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **LABORATORIOS CALLBEST LTDA.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

1. SOBRE LA OPOSICIÓN.

Asevera el opositor, en pocas palabras, que la marca que pretende registrar mi poderdante es semejante y evidentemente confundible con su marca registrada. No obstante, el cotejo integral demuestra que entre AZIMEL y AZIMELOX no existe riesgo de confusión, pues las diferencias ortográficas y fonéticas son evidentes, y los productos que distinguen no coinciden ni comparten el mismo público tal y como se detalla a continuación.

1.1. Significado y origen del signo AZIMEL

El signo AZIMEL no es un término arbitrario, corresponde a la abreviatura técnica de los principios activos “azitromicina” y “meloxicam”, que conforman el medicamento veterinario desarrollado por el solicitante.

De este modo:

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

- “AZI” proviene de azitromicina, antibiótico macrólido de amplio espectro.
- “MEL” proviene de meloxicam, antiinflamatorio no esteroideo (AINE).

El signo AZIMEL, entonces, describe parcialmente la naturaleza y composición del producto, lo que lo dota de un significado racional y técnico.

La formación del signo “AZIMEL” demuestra intención descriptiva y función informativa, no imitativa, y por tanto no puede entenderse como una reproducción o evocación de la marca oponente.

1.2. Diferencias ortográficas y fonéticas

a) AZIMEL (6 letras) vs. AZIMELOX (8 letras): la extensión, estructura y terminación son notoriamente distintas.

b) El sufijo “-OX” confiere a AZIMELOX una apariencia y sonoridad más fuerte y prolongada, mientras que AZIMEL termina con una sílaba suave (“-MEL”).

c) Fonéticamente, AZIMEL se pronuncia en tres sílabas (A-ZI-MEL), mientras que AZIMELOX en cuatro (A-ZI-ME-LOX), con una sílaba adicional que altera ritmo y acentuación.

d) Por tanto, la similitud parcial inicial “AZIME” no es suficiente para generar confusión, al existir una clara diferenciación sonora y visual.

1.3. Diferencias conceptuales y de campo de aplicación

a) Ambas son denominaciones de fantasía, sin significado directo en idioma alguno, lo cual las hace conceptualmente independientes.

b) No obstante, el contexto de uso sí marca una diferencia esencial:

i. AZIMEL se destina exclusivamente a productos veterinarios, concretamente antibióticos destinados al tratamiento de infecciones en animales.

ii. AZIMELOX, en cambio, ampara una amplia gama de productos farmacéuticos y médicos para uso humano, así como desinfectantes, alimentos, sustancias dietéticas y otros productos no vinculados al uso veterinario.

Por tanto, no comparten el mismo público, finalidad ni entorno de uso.

1.4. No existe conexión competitiva entre los productos

Aunque ambas marcas están clasificadas en la clase 5, el análisis jurídico de la conexión competitiva se realiza atendiendo a la naturaleza específica de los productos. La jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que no basta la coincidencia en la clase de Niza para concluir que existe riesgo de confusión, si los productos no comparten naturaleza, finalidad ni canales de comercialización.

AZIMEL distingue antibióticos única y exclusivamente para uso veterinario, mientras que AZIMELOX identifica ampliamente: “productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; material para empastar los dientes y para improntas dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas.”

Por tanto, no hay coincidencia en finalidad terapéutica (uso animal vs. humano); no existe coincidencia en canales de comercialización y; no hay coincidencia en público consumidor. Esta diferencia de campos de aplicación y públicos rompe toda

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

posibilidad de riesgo de confusión o asociación.

1.5. Elementos comunes de uso general

El prefijo “AZI” es de uso común en la industria farmacéutica, por su asociación con compuestos que contienen azitromicina o azufre. Dada su naturaleza descriptiva, no puede monopolizarse en exclusiva por un solo titular.

1.6. Nivel de atención del consumidor veterinario

Los productos veterinarios son adquiridos por profesionales del área animal o distribuidores especializados, quienes poseen alto grado de conocimiento técnico y compran con base en el principio activo y las especificaciones del producto.

En este contexto, las diferencias en denominación, composición y uso hacen improbable cualquier confusión.

2. CONCLUSIÓN

2.1. AZIMEL es una denominación derivada legítimamente de los principios activos azitromicina + meloxicam, y no una imitación de la marca AZIMELOX.

2.2. Los signos presentan diferencias ortográficas, fonéticas y conceptuales sustanciales.

2.3. Los productos que distinguen son diferentes en naturaleza, finalidad, canal y público objetivo.

2.4. No existe riesgo de confusión ni de asociación.

2.5. En consecuencia, la marca AZIMEL cumple con los requisitos de distintividad exigidos por los artículos 134 y 135 de la Decisión 486, y no incurre en las prohibiciones del artículo 136.

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 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

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

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

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

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	AZIMELOX	LABORATORIOS BUSSIE S.A.	11096915	9	5	Marca	Registrada	01 mar. 2032

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° SD2025/0045618

Signo solicitado	Signo opositor
AZIMEL (Nominativo)	AZIMELOX (Nominativo)

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

“(i) 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.

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) 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”.⁴

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.



Ref. Expediente N° SD2025/0045618

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro”.⁵

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

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:⁶

- 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

⁵ Ibidem

⁶ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

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 (...).⁷*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁸ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada 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.”⁹

Análisis comparativo del signo solicitado frente a la marca opositora:

Al efectuar el cotejo integral entre los signos AZIMEL (solicitado) y AZIMELOX (opositor), esta Dirección observa que existe similitud en los planos ortográfico y fonético. En efecto, desde el punto de vista ortográfico, ambos signos comparten una estructura denominativa altamente coincidente, al iniciar con la secuencia común “AZIMEL”, diferenciándose únicamente por la adición del sufijo final “OX” en el signo opositor, variación que no resulta

⁷ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁸ “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”.

⁹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

suficiente para desvirtuar la impresión general de semejanza que generan en el consumidor medio.

Desde el punto de vista fonético, la similitud también se presenta, toda vez que ambos signos comparten la misma raíz sonora y una secuencia fonética inicial idéntica, lo que conduce a una pronunciación semejante, especialmente en un contexto de uso rápido o imperfecto, propio del mercado farmacéutico.

En el plano conceptual, ninguno de los signos posee un significado aparente o directamente reconocible para el consumidor, por tratarse de denominaciones de fantasía, razón por la cual este criterio no permite introducir un elemento diferenciador relevante, acentuándose así la importancia de los criterios ortográfico y fonético.

Lo anterior se intensifica a la luz de la teoría de la interdependencia, en la medida en que la similitud existente entre los signos debe analizarse en relación con los productos que distinguen, los cuales corresponden a medicamentos, circunstancia que incrementa el riesgo de confusión o asociación en el público consumidor, al tratarse de bienes que suelen ser identificados, solicitados o recomendados principalmente por su denominación.

Conexidad competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

5 Antibióticos; antibióticos en comprimidos; antibióticos para uso veterinario; combinaciones de antibióticos; preparados antibióticos mixtos.

Los signos antecedentes identifican:

Expedientes	Productos y servicios
11096915	5 PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y VETERINARIOS; PRODUCTOS HIGIÉNICOS PARA LA MEDICINA; SUSTANCIAS DIETÉTICAS PARA USO MÉDICO, ALIMENTOS PARA BEBÉS; EMPLASTOS, MATERIAL PARA APÓSITOS; MATERIAL PARA EMPASTAR LOS DIENTES Y PARA IMPRONTAS DENTALES; DESINFECTANTES; PRODUCTOS PARA LA DESTRUCCIÓN DE ANIMALES DAÑINOS; FUNGICIDAS, HERBICIDAS.

En relación con la conexidad competitiva entre los productos identificados por los signos en conflicto, esta Dirección observa que dicha relación se configura claramente bajo el criterio de relación género–especie. En efecto, el signo opositor ampara, en la clase 5, una categoría amplia de productos farmacéuticos y veterinarios, así como otros productos de uso médico y sanitario, lo cual constituye el género dentro del cual se inscriben diversas subcategorías terapéuticas.

Por su parte, el signo solicitado pretende distinguir antibióticos, incluidos antibióticos en comprimidos, antibióticos para uso veterinario, combinaciones de antibióticos y preparados antibióticos mixtos, los cuales corresponden a una especie claramente comprendida dentro del género farmacéutico amparado por el registro antecedente.

En tal sentido, los productos identificados por el signo solicitado no solo se encuentran incluidos dentro del ámbito material cubierto por el signo opositor, sino que además comparten naturaleza, finalidad terapéutica y canales de comercialización, circunstancia que permite concluir que existe conexidad competitiva, conforme a los criterios desarrollados por

Ref. Expediente N° SD2025/0045618

la jurisprudencia andina, al tratarse de productos que el consumidor puede razonablemente atribuir a un mismo origen empresarial.

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,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por **LABORATORIOS BUSSIE S.A.**

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **AZIMEL** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁰, solicitada por **LABORATORIOS CALLBEST LTDA.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a **LABORATORIOS CALLBEST LTDA.**, solicitante del registro, y a **LABORATORIOS BUSSIE S.A.**, opositora, 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 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 9 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

¹⁰ **5:** Antibióticos; antibióticos en comprimidos; antibióticos para uso veterinario; combinaciones de antibióticos; preparados antibióticos mixtos.