

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
Dirección de Signos Distintivos
E.S.D.

Referencia: Expediente No. **SD2025/ 0067370**

Marca solicitada: **EST INTEGRAL (Mixta) – Clase 41**

Oponente: **KERALTY S.A.S** representada legalmente por Mauricio Pinzón Pinzón con C.C. No. 79.145.527 de Usaquén y T.P. No. 37.230 del C. S. de la J.

Actuación: Contestación a la oposición.

Yo, **GLORIA JANETH NOREÑA PEÑA**, mayor de edad, identificado con cédula de ciudadanía 43750199, obrando en nombre propio, respetuosamente me permito **contestar la oposición** presentada por la firma de abogados Gómez Pinzón en calidad de apoderados de la marca **VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA KERALTY S.A.S**, al amparo de la **Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina**, con fundamento en los siguientes:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha del 09 de julio de 2025, solicité el registro de la marca **EST INTEGRAL (Mixta)** para distinguir servicios comprendidos en la **clase 41** de la Clasificación Internacional de Niza.
2. Dicha solicitud fue debidamente publicada en la **Gaceta de Propiedad Industrial el 09 de octubre de 2025**.
3. **LA EMPRESA KERALTY S.A.S titular de la marca VERSANIA** presentó oposición, alegando que el signo solicitado sería similarmente confundible con sus marcas previamente registradas, por la pretendida similitud del **elemento gráfico (flor / loto)**, e invocando la causal de irregistrabilidad prevista en el **literal a) del artículo 136 de la Decisión 486**.
4. En nuestro criterio, **no se configura riesgo de confusión ni de asociación**, ni directa ni indirecta, entre la marca solicitada **EST INTEGRAL (Mixta)** y los registros de titularidad de la oponente, por lo que la oposición debe ser **desestimada** y la marca **concedida**.

II. FUNDAMENTOS DE DERECHO RELEVANTES

Invoco, entre otros, los siguientes preceptos de la **Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina**:

- **Artículo 134:** Define qué puede ser marca y su función distintiva.
- **Artículo 135 y 136:** Causales de irregistrabilidad (absolutas y relativas).
- **Artículo 136 literal a):** Exige, para negar el registro, que:

1. Exista identidad o semejanza entre los signos,
 2. Exista identidad o relación entre productos/servicios, y
 3. Se genere **riesgo de confusión o de asociación** en el público consumidor.
- **Artículo 150:** Obliga a la oficina nacional a realizar un examen integral de registrabilidad.

Y la jurisprudencia reiterada del **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA)**, que ha fijado reglas para la comparación de signos:

- El cotejo debe ser **global, sucesivo y de conjunto**, no fraccionado.
- Debe tenerse en cuenta el **elemento predominante** en las marcas mixtas.
- Debe valorarse el **grado de distintividad intrínseca** de los elementos coincidentes.
- Los signos con elementos **débilmente distintivos o de uso común** tienen un ámbito de protección **más restringido**, por lo que pequeñas diferencias bastan para evitar el riesgo de confusión.

III. SOBRE LA NATURALEZA MIXTA DE LOS SIGNOS Y EL ELEMENTO PREDOMINANTE

La oposición parte de la idea de que en el caso concreto predomina el elemento gráfico (flor / loto) y que, por ello, el análisis debe centrarse casi exclusivamente en dicho componente. Sin embargo:

1. **EST INTEGRAL es una marca mixta con un componente denominativo fuerte, distintivo y dominante.**
 - La expresión “**EST INTEGRAL**” no es genérica ni descriptiva de manera directa de servicios de la clase 41 y genera una **idea conceptual propia**, asociada a formación o programas integrales, pero no reproduce ni evoca en lo más mínimo la denominación VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA KERALTY S.A.S S.A.S ni ninguna de sus marcas denominativas.
2. El TJCA ha señalado que, como regla general, en las marcas mixtas suele predominar el **elemento denominativo**, dado que:
 - Es el que el consumidor utiliza para **solicitar, recomendar o recordar** los servicios.
 - Es el que queda en la memoria y en las comunicaciones orales y escritas.
3. Aun aceptando que el elemento gráfico tiene relevancia, la comparación **no puede reducirse exclusivamente** al dibujo de una flor o figura abstracta, pues ello implicaría desnaturalizar el análisis de conjunto que exige el TJCA.

En consecuencia, el **núcleo distintivo** de la marca solicitada es su **componente denominativo “EST INTEGRAL”**, el cual es netamente diferente a cualquier marca de VERSANIA cuyo titular es la empresa VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA KERALTY S.A.S y excluye la posibilidad de confusión directa o indirecta en el plano fonético y denominativo.

IV. SOBRE EL ELEMENTO GRÁFICO: FIGURAS FLORALES COMO RECURSO GRÁFICO DE USO COMÚN Y DISTINTIVIDAD DÉBIL

El opositor pretende monopolizar, en la práctica, el uso de **figuras florales / tipo loto en sectores de educación, bienestar o salud**, lo cual **no es compatible** con el sistema marcario ni con la Decisión 486:

1. **Las flores, hojas, pétalos, elementos orgánicos y paletas de verdes/azules** son:
 - Recursos **gráficos habituales** en signos que identifican servicios de bienestar, formación en salud, desarrollo personal, belleza, cuidado corporal, etc.
 - Elementos que transmiten ideas genéricas de **armonía, equilibrio, naturaleza, salud, crecimiento personal**, por lo que su **capacidad distintiva es débil**.
2. Cuando un elemento es **débilmente distintivo o de uso común**, la jurisprudencia andina ha señalado que:
 - **Su protección debe ser restringida,**
 - **No puede impedirse que otros empresarios lo utilicen** con variaciones razonables, y
 - La comparación debe enfocarse en los **elementos verdaderamente distintivos** (en este caso, la denominación EST INTEGRAL y la configuración visual global del logo).
3. Aun en el plano gráfico, el signo **EST INTEGRAL (Mixta)** presenta un diseño **propio y diferente**, en aspectos como:
 - **Composición general del logo,**
 - **Número, forma y disposición de las figuras / “pétalos” o elementos,**
 - **Grosor de trazos, proporciones, orientación y estructura,**
 - **Combinación cromática y relación con el elemento denominativo.**

Es decir, aunque ambos signos recurran a una **figuración floral de carácter abstracto**, ello no basta para predicar un riesgo de confusión, pues se trata de un **motivo gráfico usual en el sector**, desarrollado en forma diferente en cada logo.

V. ANÁLISIS DE CONFUNDIBILIDAD: FONÉTICA, ORTOGRÁFICA, GRÁFICA Y CONCEPTUAL

1. Plano denominativo / fonético

- La oposición **no discute** que la denominación **EST INTEGRAL** es totalmente diferente de las marcas de KERALTY.
- No existe **coincidencia fonética**, ni parcial ni total, entre “EST INTEGRAL” y ninguna de las denominaciones registradas por la oponente.
- En la práctica, el consumidor solicitará los servicios por su **nombre** (“EST INTEGRAL”), lo recomendará o lo referirá así, sin que exista posibilidad real de confundirlo con “Keralty” o con otras marcas de su portafolio.

2. Plano ortográfico

- “EST INTEGRAL” tiene una **estructura léxica propia**, con longitud, combinación de letras y configuración diferentes a cualquier marca de KERALTY.
- El público no encontrará semejanza gráfica relevante en las denominaciones que lo lleve a error.

3. Plano gráfico

Incluso desde la perspectiva gráfica:

- Ambos signos presentan **configuraciones distintas**, integrando el elemento gráfico con el denominativo de manera diferente.
- El logo de mi representado **no es una copia ni una reproducción cercana** del logo de KERALTY, sino una **variación legítima dentro de un campo gráfico común**, que no puede ser monopolizado.

4. Plano conceptual

- La marca VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA KERALTY S.A.S; se posicionan y proyectan principalmente en el **sector salud / servicios médicos / bienestar integral en salud**, con una estrategia marcaria ligada al grupo empresarial.
- La marca **EST INTEGRAL**, en cambio, se orienta a **servicios educativos y de formación** en la clase 41, con un enfoque propio, y con un **nombre que alude a programas o formación integral**, no a un grupo empresarial de salud.
- Conceptualmente, la idea que se lleva el consumidor al encontrarse con la marca **EST INTEGRAL (Mixta)** es distinta a la evocada por las marcas de KERALTY S.A.S.

En estas condiciones, **no se satisfacen los requisitos acumulativos del artículo 136 literal a):**

Puede haber cierta **coincidencia en la idea genérica de “bienestar / armonía / flor”**, pero **no hay identidad ni semejanza relevante entre los signos**, y menos aún un **riesgo real de confusión**.

VI. SOBRE LA CONEXIDAD COMPETITIVA DE LOS SERVICIOS (CLASE 41)

El opositor sostiene que existe conexión competitiva por el hecho de que ambos signos amparan servicios en la **clase 41** (educación, enseñanza, talleres, etc.).

Sin embargo:

1. La **clasificación de Niza es solo referencial**; lo relevante, conforme al TJCA, es:
 - La **sustituibilidad real** entre los servicios,
 - La **complementariedad**, y
 - La **razonabilidad** de que el consumidor atribuya un **mismo origen empresarial**.
2. Los servicios amparados por VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA KERALT Y S.A.S en las clases 41 y 44 se inscriben en una **actividad empresarial muy específica**, ligada a su **grupo de salud, medicina, aseguramiento y bienestar médico**, mientras que **EST INTEGRAL** se vincula a **servicios educativos de formación, capacitación o enseñanza**, con una **estrategia de mercado diferente**.
3. Aunque ambos puedan estar amparados nominalmente en la clase 41, ello **no implica automáticamente sustitución ni competencia directa**.
 - La sola coincidencia en la clase no basta: la Decisión 486 y el TJCA exigen **un análisis material**, no meramente formal.

Por lo tanto, aun desde la conexidad competitiva, no se presenta una situación que haga **razonable** que el consumidor medio piense que los servicios de **EST INTEGRAL** provienen del grupo empresarial KERALT Y S.A.S y en específico de su marca VERSANIA.

VII. AUSENCIA DE RIESGO DE CONFUSIÓN O DE ASOCIACIÓN

El **riesgo de confusión o de asociación** debe ser **real, apreciable y relevante**, no puramente teórico.

En este caso:

- No existe **identidad ni semejanza denominativa**.
- La coincidencia en el uso de un **motivo floral genérico** no puede llevar a otorgar a VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA KERALT Y S.A.S un **monopolio sobre flores/lotos y paletas verdes/azules**, máxime cuando son de uso extendido en el sector y menos aún cuando los colores de los logos son **SUSTANCIALMENTE DIFERENTES**.
- El público consumidor podrá **distinguir claramente** entre los servicios identificados por **EST INTEGRAL** y aquellos de VERSANIA, tanto por el **nombre**, como por el contexto comercial, el tipo de prestador y la forma en que se oferta el servicio.

En consecuencia, **no se configura la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486.**

Los colores y las formas gráficas del signo solicitado y de la marca opositora son sustancialmente diferentes, lo cual excluye cualquier riesgo de confusión

Adicionalmente, debe resaltarse que, aun si se aceptara —por mera discusión— que ambos signos comparten la idea general de una figura floral, las **diferencias cromáticas, estructurales, geométricas y proporcionales** entre los logos son tan marcadas que **impiden que un consumidor razonable pueda confundirlos** o siquiera asociarlos a un mismo origen empresarial.

El **Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina**, en la **Interpretación Prejudicial 350/2022**, reiteró que para el cotejo de signos figurativos deben considerarse tres criterios esenciales:

1. **El trazado** (estructura y forma),
2. **El concepto**, y
3. **El color.**

En aplicación de estos criterios:

a) Diferencias sustanciales en el trazado y estructura

- El diseño del signo **EST INTEGRAL** presenta una figura estilizada con pétalos uniformes, simétricos y de contornos definidos, cuya geometría es más cercana a un diseño minimalista.
- Los signos de **KERALTY** muestran una *flor de loto ampliada*, con pétalos más anchos, composición irregular, superposiciones más marcadas y una estructura volumétrica.

El TJCA ha señalado que:

“La similitud conceptual no basta: el análisis debe centrarse en la forma concreta del dibujo, su estructura, proporciones, número de elementos y su configuración global.”

(TJCA, IP-350/2022)

Aplicado al caso, la estructura gráfica es totalmente diferente.

b) Diferencias determinantes en los colores

Este punto es esencial.

El signo EST INTEGRAL utiliza una paleta cromática completamente distinta, con tonos específicos que no coinciden con la marca opositora.

El TJCA ha explicado que:

“Cuando el signo solicitado reivindica un esquema cromático distinto, dicho elemento adquiere relevancia distintiva y contribuye a excluir el riesgo de confusión.”
(TJCA, IP-350/2022)

Asimismo, en la **Interpretación Prejudicial 076/2020**, el Tribunal resalta:

“Los colores son elementos perceptibles con fuerza distintiva, y diferencias claras en la combinación cromática reducen significativamente la posibilidad de confusión.”

En este caso, **la diferencia de tonos, saturación y distribución del color** es evidente y perceptible de inmediato.
No existe coincidencia cromática relevante.

c) Diferencias en la composición y proporciones

- En la marca EST INTEGRAL, el elemento floral tiene una **proporción vertical definida**, mientras que en KERALTY los pétalos presentan una apertura horizontal característica.
- Las gradaciones internas de color son distintas.
- La distribución de los pétalos se hace bajo geometrías no coincidentes.

El TJCA ha declarado (IP-171/2015) que:

“Las diferencias en proporción, inclinación y distribución espacial de los elementos figurativos son suficientes para excluir la confundibilidad.”

Esto aplica plenamente en el presente caso.

CONCLUSIÓN DEL ARGUMENTO

Incluso si existiera alguna similitud conceptual por el uso de una figura floral —lo cual no es monopolizable—, **las diferencias en trazado, forma, geometría, composición y, especialmente, en la paleta cromática, son tan marcadas que destruyen cualquier posibilidad de confusión o asociación indebida.**

Por tanto, el elemento gráfico del signo **EST INTEGRAL**:

- Posee identidad visual propia,
- Es claramente distinguible del de la opositora,
- No evoca la marca KERALTY,
- Y no induce al consumidor a error.

No se cumplen los requisitos del art. 136 literal a) de la Decisión 486.

VIII. PETICIONES

Con base en todo lo expuesto, respetuosamente solicito a la Superintendencia de Industria y Comercio:

1. **DECLARAR NO FUNDADA** la oposición presentada por **VERSANIA CUYO TITULAR ES LA EMPRESA KERALTY S.A.S S.A.S S.A.S.** contra la solicitud de registro de la marca **EST INTEGRAL (Mixta)** en la clase 41.
2. En consecuencia, **DISPONER LA CONCESIÓN Y REGISTRO** de la marca **EST INTEGRAL (Mixta)** a favor de **GLORIA JANETH NOREÑA**, para los servicios solicitados en la clase 41.
3. Ordenar las demás actuaciones administrativas a que haya lugar.

GLORIA JANETH NOREÑA PEÑA
C.C. No. 43750199
SOLICITANTE DE LA MARCA EST INTEGRAL.