

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 7153

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 21 de febrero de 2025, ACCORD FARMACEUTICA LTDA., solicitó el registro de la Marca Accord Farmacéutica (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en la clase 5, 10 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062, BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH presentó oposición contra el registro de la Marca Accord Farmacéutica (Nominativa) para distinguir productos de la clase 5 internacional con fundamento en el literal a) artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

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

“(…)
plasmamos a continuación la representación de los dos signos objeto de estudio en el presente caso:

Signo registrado (nominativo)	Signo solicitado (nominativo)
HOMACCORD	ACCORD FARMACÉUTICA

En este caso, se puede afirmar que los signos en conflicto son de carácter nominativo, Tribunal de Justicia Andina ha establecido que, al realizar la comparación entre signos nominativos:

(…) deberá realizarse el cotejo de conformidad con las siguientes reglas para el cotejo de signos denominativos:

(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). debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. (…)

(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.”

¹ 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e impresiones dentales; desinfectantes.

10: Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios; miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura; dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas discapacitadas; aparatos de masaje; aparatos, dispositivos y artículos de puericultura; aparatos, dispositivos y artículos para actividades sexuales.

35: Comercialización de productos farmacéuticos, medicamentos, dispositivos médicos,; suplementos dietarios, instrumentos médicos, medicamentos veterinarios y cosméticos.



Resolución N° 7153

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

En estos términos, se procederá con el análisis respectivo:

5.1.1 El elemento FARMACÉUTICA es de uso común y de carácter descriptivo. Con respecto a marcas integradas por elementos de uso común, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado su posición de la siguiente manera:

“Una marca puede incluir en su conjunto palabras que individualmente consideradas pueden estimarse como expresiones de uso común, y que por ser tales no pueden ser objeto de monopolio por persona alguna. Por ello el titular de una marca que lleve incluida una expresión de tal naturaleza no está legalmente facultado para oponerse a que terceros puedan utilizar dicha expresión, en combinación de otros elementos en la conformación de signos marcarios, siempre que el resultado sea original y lo suficientemente distintivo a fin de no crear confusión.”

“Al realizar el examen comparativo de marcas que se encuentran conformadas por palabras de uso común, éstas no deben ser consideradas a efecto de determinar si existe confusión, siendo ésta una circunstancia de excepción a la regla de que el cotejo de las marcas debe realizarse atendiendo a una simple visión de conjunto de los signos que se enfrentan, donde el todo prevalece sobre sus componentes. En el caso de denominaciones conformadas por palabras de uso común, la distintividad se busca en el elemento diferente que integra el signo, ya que dichas expresiones son marcariamente débiles.

Teniendo en cuenta lo anterior, y revisada la base de datos de esta Superintendencia, se encuentran varios registros vigentes que contienen la expresión “FARMACÉUTICA” para identificar productos clasificados en la clase 5 internacional de Niza:

EXPEDIENTE	CERTIFICADO	MARCA	TITULAR	CLASE
00053100	13582	GLOBAL FARMACEUTICA	GLOBAL FARMACEUTICA LTDA.	5
01044547	17222	OSLER FARMACEUTICA	JAIME ORTEGA VILLAMIZAR	5
06129941	17671	OPTI VET FARMACEUTICA LTDA	OPTI VET FARMACEUTICA LTDA.	5
06129945	17672	OPTI - VET FARMACEUTICA	OPTI VET FARMACEUTICA LTDA.	5
07041207	345703	PF FARMACEUTICA 	PF FARMACÉUTICA S.A.	5
07052080	17950	KEOPS FARMACEUTICA E.U	KEOPS FARMACEUTICA E.U.	5
08079168	371734	DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ROMA	DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ROMA S.A	5

(...)

(...)

De lo anterior se desprende que la partícula “FARMACÉUTICA”, presente en el signo a registrar, es de carácter descriptivo y explicativo, pues alude al sector económico al que pertenece la empresa (industria farmacéutica) o al tipo de productos que ofrece (medicamentos). En consecuencia, al excluir está expresión, por tratarse de un término descriptivo y de uso común en el sector, debe concluirse que los elementos realmente distintivos de las marcas en comparación son los componentes verbales “HOMACCORD” y “ACCORD”. Por tanto, el análisis de confundibilidad deberá centrarse exclusivamente en dichos elementos, sin considerar aquellos signos que sean descriptivos, explicativos o de uso habitual en el contexto de los productos objeto de la marca. (...)

(...)

Similitud fonética y ortográfica ente las marcas:

Desde el punto de vista fonético y ortográfico, el signo solicitado ACCORD guarda una similitud significativa con la marca previamente registrada HOMACCORD, lo cual configura un riesgo de confusión indirecta y asociación empresarial indebida. Ambas marcas comparten una raíz central —“ACCORD”— que resulta predominante y altamente distintiva dentro de la composición del signo previo. Esta coincidencia, en



Ref. Expediente N° SD2025/0014936

un contexto de comparación global y teniendo en cuenta la percepción del consumidor medio, permite sostener que el signo ACCORD no cuenta con la capacidad suficiente para generar una impresión marcaria autónoma. (...)

(...)

Desde el punto de vista ortográfico, la similitud es igualmente considerable. La palabra ACCORD se encuentra íntegramente contenida en HOMACCORD, en la misma secuencia de letras, sin alteración alguna, lo que refuerza la similitud visual entre ambos signos. El consumidor promedio, al observar productos con estas marcas en un entorno comercial (como una farmacia, un catálogo digital o un empaque), puede suponer que se trata de una misma familia de productos o, al menos, de una empresa vinculada. Esta asociación no requiere una coincidencia total entre los signos; basta con que exista un elemento llamativo, dominante y compartido, como es el caso de “ACCORD”, para que se configure la posibilidad de asociación indebida entre los signos en conflicto.

La confrontación entre las marcas HOMACCORD y ACCORD, especialmente dentro del sector farmacéutico, revela una alta probabilidad de que el consumidor incurra en error respecto al origen empresarial de los productos identificados, dando lugar tanto a un riesgo de confusión indirecta como a un riesgo de asociación. Así, la coincidencia exacta del término “ACCORD” en ambas marcas —elemento que constituye la totalidad del signo registrado por el oponente y el segmento final del signo solicitado—, da lugar a una identidad visual, fonética y estructural sustancial. Dicha identidad no puede considerarse un elemento débil ni descriptivo, pues “ACCORD” es un signo distintivo que no describe características del producto, y es precisamente el que mayor fuerza evocativa tiene en ambos signos.

Bajo este contexto, el consumidor promedio, sin un análisis detallado ni conocimiento especializado, podría fácilmente asociar la marca HOMACCORD como una extensión, submarca o línea de productos de la marca ACCORD. Este fenómeno es típico del riesgo de confusión indirecta, donde, si bien el consumidor puede notar que HOMACCORD no es exactamente igual a ACCORD, deduce erradamente que ambos signos provienen de la misma empresa matriz, o que existe un vínculo comercial entre ellas. (...)

(...)

La coincidencia en la naturaleza, uso y propósito de los productos genera una relación directa en el mercado, ya que están destinados al mismo tipo de consumidor, comparten canales de distribución similares (farmacias, droguerías, tiendas naturistas o plataformas digitales especializadas en salud), y pueden incluso ser ofrecidos por los mismos proveedores. En consecuencia, el público consumidor podría asociar erróneamente que ambos productos provienen del mismo origen empresarial o están vinculados comercialmente, y también podría llevar a que los consumidores malinterpreten las propiedades, beneficios o incluso las recomendaciones médicas de los productos identificados bajo cada marca.(...)

TERCERO: Que dentro del término concedido para tal efecto, ACCORD FARMACEUTICA LTDA., dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...)

Al comparar las dos marcas podemos apreciar que son diferentes:

- Gráficamente, posición y número de letras y consecuente extensión.*
- Fonéticamente son diferentes por su pronunciación.*
- Visualmente son totalmente diferentes,*

A	C	C	O	R	D		F	A	R	M	A	C	E	U	T	I	C	A
H	O	M	A	C	C	O	R	D										

Coexiste hoy, marcas registradas con las cuales guarda más similitud fonéticamente, con la marca opositora que la existente con la solicitud de la marca “Accord

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

Farmacéutica” por ejemplo:

Expediente No.	Certificado No.	Denominación	Etiqueta	Vigencia	Estado(s)	Titular	Clase(s)
03005233	272514	OMACOR		29 ago. 2033	Registrada	BASF AS	5
923022285	136158	HOMACCORD		19 nov. 2026	Registrada	BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH	5

Fonéticamente comparten más similitud: “OMACOR” -- “HOMACCORD” --“OMACOR” “HOMACCORD” -“OMACOR” “HOMACCORD” -“OMACOR” “HOMACCORD”

Por otra parte, “ACCORD” “ACORD”, es una expresión del inglés que traduce “acuerdo”, lo que la convierte en genérica aunque se encuentre en otro idioma, y por lo tanto, encontramos los siguientes ejemplos de marcas registradas que coexisten que contienen la expresión “ACCORD” en varias clases conexas:

13243063	489245	DYNACORD		27 may. 2034	Registrada	JOHNSON & JOHNSON	11
13243064	489251	PERMACORD		27 may. 2034	Registrada	JOHNSON & JOHNSON	11
13243063	489245	DYNACORD		27 may. 2034	Registrada	JOHNSON & JOHNSON	11
13243064	489251	PERMACORD		27 may. 2034	Registrada	JOHNSON & JOHNSON	11
14111916	518233	ACCORD		29 may. 2025	Registrada	GRIFFITH FOODS S.A.S.	
923112121	140805	ACCORD		25 may. 2003	Registrada	GRIFFITH COLOMBIA S.A	
12164043	480955	ACCORDES O BOTICARIO		24 oct. 2033	Registrada	BOTICA COMERCIAL FARMACÉUTICA LTDA.	3

registros sumarios y marcas

11181057	447933	ACCORDAL		16 may. 2032	Registrada	LABORATORIOS SYNTHESIS S.A.S.	5
923022285	136158	HOMACCORD		19 nov. 2026	Registrada	BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH	

9228314412	91354	ACCORD		31 mar. 2028	Registrada	HONDA GIKEN KOGYO KABUSHIKI KAISHA (HONDA MOTOR CO. LTD.)	11
14110372	523574	accorde BRANDING SENSORIAL		25 ago. 2035	Registrada	ACCORDE S.A.S	1
07083211	369452	ACCOR		30 dic. 2028	Registrada	ACCOR	35

El prefijo “HOMA” que tiene la marca opositora, le ha dado la distintividad para coexistir con las marcas citadas E- Con respeto a la expresión “FARMACEUTICA” como bien lo menciona el opositor es una expresión genérica y descriptiva, en este caso se está protegiendo en nombre de la compañía ya que es “ACCORD FARMACEUTICA LTDA”. F-

Mi representada, la empresa “ACCORD FARMACÉUTICA LTDA.”, es una compañía multinacional de propiedad total del grupo Intas Pharmaceuticals. Con presencia en más de 85 países, su primera sede fue establecida en México en el año 2007, expandiéndose posteriormente a Europa y el Reino Unido.(...)



Resolución N° 7153

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

(...)

Revisando la base de datos de la Superintendencia de Industria y Comercio, encontramos la coexistencia entre otras de las siguientes marcas, las cuales son casi iguales o similares pertenecientes a la clase 5

MARCAS	CLASE	CERTIFICADO	VIGENCIA	TITULAR
PROBIOLOGY	QUINTA	648618	10/9/29	BELLEZA EXPRESS S.A./ BIONUTRECT SAS
PROBIOL	QUINTA	258143	29/5/2032	BIOPHIDIC SAS
CIPRO	QUINTA	125904	22/11/2034	BAYER A.G.
CIPROQUIN	QUINTA	297044	26/02/2034	OTSUKA PHARMACEUTICAL INDIA PRIVATE LIMITED
TOR	QUINTA	198387	26/06/2027	BLASKOV LTDA
TORAX	QUINTA	226667	27/04/2030	ANGLOPHARMA S.A.
PAX	QUINTA	224848	04/11/2029	SANOFI/SYNTHELABO
NASOPAX	QUINTA	121345.2	17/05/2033	LABORATORIOS LEGRAND
FLUAD	QUINTA	221736	30/09/2029	CHIRO S.P.A.
FLUDARA	QUINTA	181612	28/07/2025	SHERING ANTIEGENSSECHAFT
FIBRAL	QUINTA	99404	28/05/2027	LABORATORIOS BEST S.A.
FIBRALAY	QUINTA	228351	27/11/2025	LABORATORIOS SIEGFRIED.
AGA	QUINTA	222152	29/09/2029	AGA AKTIEBOLAG
AGAR	QUINTA	273043	31/07/2033	SAMUEL DARIO GARCIA
DUOVIRAL	QUINTA	226980	04/04/2030	LABORATORIOS LEGRAND
CIPLADUOVIR	QUINTA	275878	16/01/2033	BIOTOSCANA FARMA S.A.
CEBA	QUINTA	356770	11/12/2027	GERMAN FLOREZ C ARDONA
CEBAMAX	QUINTA	278556	26/11/2033	SERVISUMOS S.A.
AGA	QUINTA	222152	29/09/2029	AGA AKTIEBOLAC
AGADI	QUINTA	327184	11/12/2026	MAKHTESHIM CHEMICAL WORKS
ZOLADEX	QUINTA	184973	28/05/2026	VICILAN
ZOLAX	QUINTA	204413	26/12/2027	MERCK.
ZOLADEX	QUINTA	184973	28/05/2026	AstraZeneca UK Limited
ZOLAX	QUINTA	204413	26/12/2027	Merck KGaA
MENTIFRESCOL	QUINTA	199865	31/07/2027	BEISBOL DE COLOMBIA.
MENTICOL	QUINTA	65705	04/09/2032	BELLEZA EXPRESS S.A.
STREPTONASE	QUINTA	317699	29/06/2026	LABORATORIOS SUMMED LTDA.ZLB.
STREPTASE	QUINTA	53982	15/05/2033	CSL BEHRING GMBH
OBSIMED	QUINTA	470497	22/ 03/ 2033	NOVAMED S.A
OBSID	QUINTA	223949	03/02/ 2030	COMPANIA BAWISS LTDA.
ALERTA	QUINTA	507366	15/04/2025	TECNOQUIMICAS SA.
ALERTADINA	QUINTA	268268	08/11/2032	QUIMICA PATRIC LTDA SIGLA PATRIC
GAVINDOL	QUINTA	453849	26/06/2032	Merck KGaA
GABIROL	QUINTA	337182	16/08/2027	PRODUCTOS FARMACEUTICOS S.A.
ECOLIFE	QUINTA	542839	08/11/2026	RICARDO ERNESTO FLOREZ
ECOLAB	QUINTA	456839	27/07/2032	ECOLAB USA INC.
ECOFLOC	QUINTA	212755	28/09/2028	B.Braun Melsungen AG
ECOFLOA	QUINTA	414304	30/112030	ECOFLOA S.A.S.
MAXIFLEX	QUINTA	642185	25/06/2029	LABORATORIOS SERVINSUMOS S.A
TAB	QUINTA	57361	23/09/2029	NOVARTIS AG
MAXIDEX	QUINTA	57361	23/09/2029	NOVARTIS AG
POLIVI	QUINTA	655892	6/04/2028	F. Hoffmann-La Roche AG
POLIVIT	QUINTA	476324	31/07/2033	KYROVET LABORATORIES S.A.
DOLOLED	QUINTA	611688	10/01/2029	LABORATORIOS PRONABELL SAS
DOLOFEN	QUINTA	154764	30/03/2034	COLOMBIANA DE SUMINISTROS MEDICOS HOSPITALARIOS LIMITADA COLMED

No siempre es una regla que si presentan alguna similitud pueda crear confusión, por cuanto existen casos de marcas que son exactamente iguales, registradas en clases conexas y a favor de diferente titular, como por ejemplo



Ref. Expediente N° SD2025/0014936

MARCAS	CLASE	CERTIFICADO	VIGENCIA	TITULAR
CRISTAL	30	440245	24/01/2032	INDUSALCA SAS
CRISTAL	32	447907	18/04/2032	POSTOBON S.A
CRISTAL	33	340293	27/08/2027	INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS

MARCAS	CLASE	CERTIFICADO	VIGENCIA	TITULAR
CORONA	01	160003	04/01/2034	CORONA INDUSTRIAL S.A.S.
CORONA	02	394894	30/11/2029	ORGANIZACION CORONA S.A.
CORONA	06	215944	15/12/2028	MUSTAD HOOFCARE SA
CORONA	07	97103	31/03/2032	LANDERS & CIA S.A.
CORONA	34	45392	06/02/2030	PHILIP MORRIS PRODUCTS INC.
CORANA	30	323469	27/10/2026	COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S.

MARCAS	CLASE	CERTIFICADO	VIGENCIA	TITULAR
AGUILA	11	661724	07/09/2027	SOCIETE DES PRODUITS NESTLE SA
ÁGUILA	16	248651	02/04/2032	NBA PROPIETES INC.
AGUILA	28	180682	31/07/2025	BAVARIA S.A.
AGUILA	30	202154	30/04/2027	AGUILA ROJA S.A.
AGUILA	32	100614	18/05/2033	BAVARIA S.A.

Obsérvese dos aspectos en este punto:

- a. Son marcas totalmente iguales.
- b. Son marcas notoriamente conocidas.

Por lo tanto si pueden coexistir, a pesar de los aspectos aquí señalados con mayor razón pueden coexistir las marcas: “Accord Farmacéutica” y “HOMACCORD” en clase 5.

- a) Que no son iguales.
- b) Que cubren productos diferentes (...)”

CUARTO: 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° SD2025/0014936

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

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	HOMACCORD	BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH	923022285	7	5	Marca	Registrada	19 nov. 2026

Examen oficioso por parte de la Dirección de Signos Distintivos.

Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad

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.



Resolución N° 7153

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

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.”

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 esta 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.

Por consiguiente, y 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
Nominativa	Apiheel Homaccord	BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH	SD2016/0000816	10	5	Marca	Registrada	18 dic. 2027
Nominativa	Beladonaccord	BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH	SD2016/0000821	10	5	Marca	Registrada	21 mar. 2027
Nominativa	Graphitaccord	BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH	SD2016/0000833	10	5	Marca	Registrada	02 mar. 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
ACCORD FARMACÉUTICA	HOMACCORD

Antecedentes
APIHEEL HOMACCORD Beladonaccord Graphitaccord



Ref. Expediente N° SD2025/0014936

Reglas, jurisprudencia y doctrina aplicable a la comparación de marcas.

Comparación Marcas Nominativas

El Tribunal Andino de Justicia, en Proceso 0123-IP-2013, señaló que:

“Los signos denominativos llamados también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formados por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable y que pueden o no tener significado conceptual. Este tipo de signos se subdividen en: sugestivos que son los que tienen una connotación conceptual que evoca ciertas cualidades o funciones del producto identificado por el signo; y arbitrarios que no manifiestan conexión alguna entre su significado y la naturaleza, cualidades y funciones del producto que va a identificar. En la comparación entre signos denominativos, sean simples o compuestos, el Tribunal ha manifestado que los signos deben ser observados en conjunto y con la totalidad de los elementos que lo integran, sin descomponer su unidad fonética y gráfica, teniendo en cuenta la totalidad de las sílabas y letras que forman los vocablos de las marcas en pugna, sin perjuicio de destacar aquellos elementos dotados de especial eficacia diferenciadora, atribuyendo menos valor a los que ofrezcan disminuyan dicha función. Para realizar esta labor, se considera que el Juez Consultante deberá tener presente que: 4. Se considerarán semejantes las marcas comparadas cuando la sílaba tónica de las mismas ocupa la misma posición y es idéntica o muy difícil de distinguir. 5. La sucesión de las vocales en el mismo orden habla a favor de la semejanza de las marcas comparadas porque la sucesión de vocales asume una importancia decisiva para fijar la sonoridad de una denominación. 6. En el análisis de las marcas denominativas hay que tratar de encontrar la dimensión más característica de las denominaciones confrontadas: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor y determina, por lo mismo, la impresión general que la denominación va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

El signo solicitado a registro es una marca nominativa compleja conformada por las palabras **ACCORD FARMACEUTICA** en donde esta última expresión es inapropiable por tratarse de un término de uso común para la clase solicitada y la palabra **ACCORD** carece de significación tratándose de una marca de fantasía.

Las marcas previamente registradas consisten en las expresiones **HOMACCORD** / **APIHEEL HOMACCORD** / **Beladonaccord** / **Graphitaccord**, tratándose de marcas nominativas de fantasía en la medida que dichas expresiones carecen de contenido semántico conocido.

En primer lugar, es menester señalar respecto de la expresión “FARMACEUTICA” que compone el signo solicitado, que se trata de un término de uso común en el mercado, especialmente dentro del sector de los medicamentos aparatos médicos, servicios médicos y su comercialización, correspondiente a las clases 5, 10 y 35 internacionales. Dicha expresión es frecuentemente empleada por diversos empresarios como parte de sus nombres comerciales o marcas, sin que ello le confiera un carácter distintivo por sí misma, aludiendo únicamente al servicio del titular.

En consecuencia, “FARMACEUTICA” no cumple una función identificadora del origen empresarial y carece de la fuerza distintiva necesaria para individualizar productos dentro del mercado. Por tanto, al realizar el análisis de confundibilidad entre los signos enfrentados, la expresión “FARMACEUTICA” no debe ser considerada como un elemento

Resolución N° 7153

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

relevante dentro del cotejo marcario, siendo procedente centrar la atención en los componentes efectivamente distintivos del signo solicitado. Conforme a la jurisprudencia de esta Dirección, los elementos genéricos, descriptivos o de uso común deben ser excluidos del análisis comparativo, toda vez que no contribuyen de manera efectiva a evitar el riesgo de confusión o asociación por parte del consumidor.

En aplicación a las reglas generales de comparación, apreciando el conjunto marcario, pero teniendo en cuenta el elemento que cumple la función diferenciadora y enfatizando en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación, esta Dirección encuentra que los signos confrontados presentan similitudes en sus denominaciones, susceptibles de generar riesgo de confusión.

El signo solicitado ACCORD comparte con la marca opositora y con las marcas traídas de oficio la expresión ACCORD, el cual constituye el componente inicial y más relevante del signo solicitado a registro, generando una similitud fonética y conceptual que incide directamente en la percepción del consumidor. Esta coincidencia en el elemento preponderante puede dar lugar a un riesgo de confusión o asociación, ya que el consumidor podría asumir erróneamente que ambos signos provienen del mismo origen empresarial o de empresas vinculadas.

Es menester reiterar que la expresión “FARMACEUTICA” que acompaña al signo solicitado carece de fuerza distintiva, pues se trata de un término de uso común en el sector comercial y, particularmente, en la clase 5, donde es habitual encontrarlo como una mera referencia a los servicios y productos (medicamentos, aparatos médicos y su comercialización), sin aportar diferenciación efectiva frente a otros signos. Por tal razón, al realizar el cotejo marcario, “FARMACEUTICA” debe ser desestimado como elemento distintivo, concentrando el análisis en el término “ACCORD”, que es el que verdaderamente ejerce la función diferenciadora y sobre el cual se configura la semejanza marcaria y el cual se reproduce íntegramente por parte del signo solicitado.

Finalmente, la variación en los elementos nominativos entre los signos analizados son cambios secundarios que no se constituyen en derrotero de diferenciación.

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:

Clase 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e impresiones dentales; desinfectantes.

Clase 10: Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios; miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura; dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas discapacitadas; aparatos de masaje; aparatos, dispositivos y artículos de puericultura; aparatos, dispositivos y artículos para actividades sexuales.

Resolución N° 7153

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

Clase 35: Comercialización de productos farmacéuticos, medicamentos, dispositivos médicos; suplementos dietarios, instrumentos médicos, medicamentos veterinarios y cosméticos.

El signo opositor identifica :

Expediente 923022285, clase 5: Productos comprendidos en la clase 5 del artículo 2 del Decreto 755 de 1972 (Productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos; productos dietéticos para niños y enfermos; emplastos, material para vendajes; materiales para emplastar dientes y para improntas dentales desinfectantes; preparaciones para destruir las malas hierbas y los animales dañinos)

El signo traído de oficio identifica:

SD2016/0000816, clase 5: Preparaciones farmacéuticas; preparaciones y artículos médicos y veterinarios; productos farmacéuticos remedios y naturales; medicamentos para uso veterinario; preparaciones biológicas para uso veterinario; preparaciones biológicas para uso médico.

SD2016/0000821, Clase 5: Preparaciones farmacéuticas; preparaciones y artículos médicos y veterinarios; productos farmacéuticos remedios y naturales; medicamentos para uso veterinario; preparaciones biológicas para uso veterinario; preparaciones biológicas para uso médico.

SD2016/0000833, Clase 5: Preparaciones farmacéuticas; preparaciones y artículos médicos y veterinarios; productos farmacéuticos remedios y naturales; medicamentos para uso veterinario; preparaciones biológicas para uso veterinario; preparaciones biológicas para uso médico.

Relación competitiva entre los productos reivindicados por el signo solicitado en clase 5 internacional y los productos protegidos en la clase 5 del signo opositor y de los signos traídos de oficio de titularidad de la sociedad opositora BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH.

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 conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la identidad entre los productos y servicios.

Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación de los productos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos y servicios (identidad), los cuales versan sobre productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos. En este contexto entre los productos antes descritos, no es necesario acudir a los criterios de conexión competitiva de productos establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, toda vez que más allá de cualquier similitud, los productos son idénticos

Relación competitiva entre los productos reivindicados por el signo solicitado en clase 10 internacional y los productos protegidos en la clase 5 del signo opositor y de

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

los signos traídos de oficio de titularidad de la sociedad opositora BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH.

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 conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la razonabilidad entre los productos. Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) puede asumir como razonable que los productos en cuestión presentan un mismo origen empresarial”. Así, conforme las dinámicas del mercado, es habitual que una empresa farmacéutica que se dedica principalmente a la fabricación de farmacéuticos haga lo propio con la producción de dispositivos médicos. En efecto, aun cuando el enfoque principal del empresario que fabrica medicamentos es la investigación, desarrollo y producción de medicamentos para el tratamiento de diversas enfermedades algunas de estas empresas tienen líneas de negocio que incluyen desde dispositivos médicos hasta aparatos quirúrgicos así sucede verbi gratias con empresas como Johnson & Johnson, Abbott, Roche, Becton Dickinson, compañías conocidas por sus divisiones farmacéuticas, pero que también producen una amplia gama de dispositivos médicos.

En efecto, no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector específico busque ampliar su esquema de negocios e incursione en otro tipo de servicios del mismo sector, por lo que el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de una serie de elementos y prestaciones ahora incursione en otro afín. Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector afín al del antecedente antes mencionado.

Relación competitiva entre los servicios reivindicados por el signo solicitado en clase 35 internacional y los productos protegidos en la clase 5 del signo opositor y de los signos traídos de oficio de titularidad de la sociedad opositora BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH

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 conexidad entre los servicios y productos que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la razonabilidad entre los productos. Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) puede asumir como razonable que los servicios o producto en cuestión presentan un mismo origen empresarial”. Así, conforme las dinámicas del mercado, es habitual que el empresario cuya actividad comercial es la comercialización de productos farmacéuticos de terceros haga lo propio con productos de esta misma naturaleza bajo su mismo distintivo máxime si tenemos en cuenta que muchas empresas farmacéuticas actúan como distribuidores o comercializadores de medicamentos que han sido fabricados por otras empresas, además estas empresas también desarrollan y fabrican sus propios medicamentos que luego comercializan bajo su propia marca optimizando la cadena de suministro e inclusive buscando mayores márgenes de beneficio.

Independencia de las actuaciones

La Administración toma sus decisiones de forma independiente, considerando las circunstancias particulares de cada caso y en concordancia con la normatividad vigente.

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

Por ello, no es preciso remitirnos a decisiones previas en situaciones no similares⁴. Es fundamental revisar cada caso con base en sus propias circunstancias al momento de la decisión (incluyendo el avance que tenga un determinado conjunto o comportamiento en el sector pertinente).

El criterio esgrimido en un caso no obliga a la oficina a pronunciarse siempre en el mismo sentido. El hecho de que la Administración evalúe cada caso de forma individual no implica falta de seguridad jurídica. En virtud de los principios de autonomía e integralidad, es su deber analizar cada solicitud de manera exhaustiva, revisando el signo solicitado, las oposiciones presentadas y la información aportada. Este análisis debe realizarse sin depender de decisiones previas sobre signos idénticos o similares.

Y es que existe la posibilidad de adoptar una perspectiva diferente para asegurar una interpretación coherente con las normativas pertinentes, considerando la constante evolución resultante de cambios y avances en sectores específicos del mercado. Así, lo que a la luz de una óptica fuese protegible como marca en el pasado podría dejar de serlo en la actualidad. Además, este trámite no es el momento ni el medio para volver a analizar la registrabilidad de solicitudes que ya fueron revisadas y aprobadas.

Al respecto, el TJCA ha sostenido lo siguiente:

Respecto de la autonomía (o independencia) que debe tener la oficina nacional competente al emitir sus resoluciones, el Tribunal ha manifestado que el sistema de registro de marcas que se adoptó en la Comunidad Andina se encuentra soportado en la actividad autónoma e independiente de las oficinas nacionales competentes en cada País Miembro. Dicha actividad, que aunque de manera general se encuentra regulada por la normativa comunitaria, deja a salvo la mencionada independencia, y es así como el Capítulo II, del Título VI de la Decisión 486 regula el procedimiento de registro de marcas, e instaura en cabeza de las oficinas nacionales competentes el procedimiento y el respectivo examen de registrabilidad.

Es preciso destacar que, la referida autonomía se manifiesta, tanto en relación con decisiones emanadas de otras oficinas de registro de marcas (principio de independencia), como en relación con sus propias decisiones⁵.

Por esta razón, la Administración debe llevar a cabo un análisis de registrabilidad del signo, verificando si cumple con los requisitos necesarios para su registro, sin depender de decisiones anteriores

En ese sentido, la negación el registro marcario solicitado no violenta el derecho fundamental del solicitante a la igualdad, ya que se sustentó en las particularidades del trámite de la referencia.

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,

⁴ TJCA, Proceso N° 5-IP-97

⁵ TJCA, Proceso 69-IP-2015, citado en el Proceso 99-IP-2020

Ref. Expediente N° SD2025/0014936

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por **BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH**, en contra de la **Clase 5 Internacional**.

ARTÍCULO 2: **Negar** el registro de la Marca **Accord Farmacéutica (Nominativa)** para distinguir productos comprendidos en la **Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza**, solicitada por **ACCORD FARMACEUTICA LTDA.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: **Negar** el registro de la Marca **Accord Farmacéutica (Nominativa)** para distinguir productos comprendidos en la **Clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza**, solicitada por **ACCORD FARMACEUTICA LTDA.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: **Negar** el registro de la Marca **Accord Farmacéutica (Nominativa)** para distinguir servicios comprendidos en la **Clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza**, solicitada por **ACCORD FARMACEUTICA LTDA.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Notificar a **ACCORD FARMACEUTICA LTDA.**, **solicitante** del registro y a **BIOLOGISCHE HEILMITTEL HEEL GMBH 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 4 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS