

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 35527

Ref. Expediente N° SD2025/0011721

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 12 de febrero de 2025, Celltrion Holdings Co.,Ltd., solicitó el registro del Marca HEALTHCARE CELLTRION 셀트리온헬스케어 (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062 del 25 de marzo de 2025, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que mediante escrito radicado el 11 de septiembre de 2025, Celltrion Holdings Co.,Ltd., por intermedio de su apoderado presentó memorial complementario allegando Acuerdo de Coexistencia Marcario celebrado entre las compañías Celltrion Holdings Co., Ltd. y Societé des Produits Nestlé S.A. respecto del signo objeto de estudio.

CUARTO: Que mediante solicitud del 4 de noviembre de 2025 el apoderado de la compañía de CELLTRION HOLDINGS CO., LTD de manera conjunta con el apoderado de la compañía SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. solicitaron audiencia de facilitación respecto del trámite de la referencia.

QUINTO: Que mediante Oficio N° 5705 de 27 de marzo de 2026, la Dirección de Signos Distintivos fijó audiencia de facilitación para el día 7 de abril de 2026 a las 9:00 am.

SEXTO: Que el día 7 de abril de 2022 a las 9:00 am, en las instalaciones físicas de la Superintendencia de Industria y Comercio en presencia de los apoderados de CELLTRION HOLDINGS CO., LTD y SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. se llevó a cabo la audiencia de facilitación de que trata el numeral 1.2.1.13 del Capítulo Primero del Título X de la Circular Única, donde las partes expusieron sus argumentos respecto a la gestión realizada a la solicitud de registro del expediente indicado en la referencia en conformidad con el acuerdo de coexistencia suscrito entre CELLTRION HOLDINGS CO. LTD. Solicitante del registro marcario sobre el signo HEALTHCARE CELLTRION 셀트리온헬스케어 (mixto) objeto de estudio y la sociedad NESTLE, titular del registro de la marca CELLTRIENT (Nominativa) donde se aclara por las partes la particularidad de las coberturas de cada marca y la no confusión de estas, así como su coexistencia pacífica y la no objeción por ninguna de las partes teniendo en cuenta la delimitación de las coberturas de cada signo.

SEPTIMO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de

¹ 5: Biosimilar para enfermedades autoinmunes en humanos; biosimilar para trastornos autoinmunes en humanos; biosimilar para enfermedades infecciosas en humanos; biosimilar para artritis reumatoide en humanos; biosimilar para enfermedades relacionadas con tumores cancerígenos en humanos; biosimilar para inflamaciones en humanos; biosimilar para enfermedades y asma en humanos; biosimilar para trastornos cutáneos en humanos; biosimilar para enfermedades óseas en humanos; biosimilar para enfermedades y afecciones oculares en humanos (Todos los productos se limitan a biosimilares de prescripción, no relacionados con productos alimenticios, preparados vitamínicos, suplementos nutricionales y dietéticos).

Ref. Expediente N° SD2025/0011721

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.”

Audiencia de facilitación

De conformidad con el numeral 1.2.1.13 del Capítulo Primero del Título X de la Circular Única, la audiencia de facilitación procede cuando en el trámite de registro de un signo distintivo en el cual no se hubieren presentado oposiciones, se necesite del concurso de un tercero para poder superar el obstáculo que impide el registro de la marca. La audiencia tendrá una duración máxima de una (1) hora. Las partes tendrán un único vocero y cada participante dispondrá hasta de quince (15) minutos para hacer sus planteamientos. Al finalizar la misma, se hará constar en acta los términos y compromisos propuestos por las partes y aceptados por la Dirección de Signos Distintivos.

Estos compromisos estarán referidos a modificaciones secundarias, renunciaciones, cancelaciones, desistimientos, limitaciones o afectaciones del signo solicitado o de los signos opositores. No serán permitidas modificaciones que amplíen la cobertura de los productos o servicios de la marca solicitada a registro ni aquellas que alteren los elementos sustanciales del signo.

Las actuaciones a las cuales se comprometieron las partes en la audiencia deberán ser presentadas ante la Dirección de Signos Distintivos según el trámite establecido para las mismas, a más tardar dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de celebración de la audiencia. El incumplimiento de la presentación de los compromisos contenidos en el acta permitirá decidir la solicitud de registro del signo únicamente con los documentos e información que reposan en el expediente al momento de la decisión.

En el presente asunto, la Dirección logró establecer que en relación de la audiencia de facilitación celebrada bajo número de solicitud SD2025/0114425 se advierte que los acuerdos tratados por las partes refieren a la gestión realizada a la solicitud de registro del expediente indicado en la referencia en conformidad con el acuerdo de coexistencia suscrito entre CELLTRION HOLDINGS CO. LTD. Solicitante del registro marcario sobre el signo HEALTHCARE CELLTRION 셀트리온헬스케어 (mixto) objeto de estudio y la sociedad NESTLE, titular del registro de la marca CELLTRIENT (Nominativa) donde se aclara por las partes la particularidad de las coberturas de cada marca y la no confusión de las mismas, así como su coexistencia pacífica y la no objeción por ninguna de las partes teniendo en cuenta la delimitación de las coberturas de cada signo. Dichas cuestiones pueden ser aceptadas en cuanto no versan sobre modificaciones sustanciales ni se amplía o modifica el espectro del derecho inicialmente pretendido.

Del acuerdo de coexistencia

Que mediante escrito del 26 de agosto de 2025 se allega documento complementario consistente en un acuerdo de coexistencia suscrito entre CELLTRION HOLDINGS CO.

Ref. Expediente N° SD2025/0011721

LTD., en su calidad de solicitante del registro marcario sobre el signo objeto de estudio HEALTHCARE CELLTRION 셀트리온헬스케어 (mixto), y la sociedad SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A., titular del registro de la marca CELLTRIENT (nominativa).

Que, de la lectura del referido acuerdo, se advierte que las partes manifiestan su voluntad de permitir la coexistencia pacífica de los signos, comprometiéndose, entre otros aspectos, a no impugnar por ningún medio el uso o registro de las respectivas marcas, a no oponerse a su utilización en el mercado, a delimitar sus ámbitos de actuación comercial, así como a adoptar medidas orientadas a evitar la confusión y a actuar de buena fe en el ejercicio de sus derechos marcarios.

No obstante, para este Despacho tales estipulaciones, aun cuando pueden ser válidas en el ámbito privado, no resultan suficientes para desvirtuar el análisis de confundibilidad que corresponde efectuar en sede administrativa, lo que impide concluir *per se* que los signos enfrentados puedan coexistir en el mercado sin generar riesgo de confusión o de asociación en el consumidor.

En ese sentido, el acuerdo de coexistencia se circunscribe a producir efectos entre las partes que lo suscriben (inter partes), sin que pueda extender sus efectos frente a terceros ni, mucho menos, relevar a esta Autoridad de su deber legal de realizar el examen de registrabilidad de fondo. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 150 de la Decisión 486, la autoridad competente debe verificar, de manera autónoma, si el signo solicitado cumple con los requisitos legales, en particular, la ausencia de riesgo de confusión en el mercado, en atención al interés general que protege el régimen marcario.

Así las cosas, aun cuando las sociedades contratantes hayan delimitado contractualmente sus esferas de actuación y asumido compromisos para evitar eventuales conflictos, ello no garantiza que el público consumidor pueda identificar de manera clara e inequívoca el origen empresarial de los productos distinguidos, máxime cuando no existe entre ellas vínculo económico, unidad empresarial ni estrategia marcaria común. En consecuencia, al persistir el riesgo de confusión directa y de asociación en el mercado, no resulta viable acoger el acuerdo de coexistencia como fundamento para acceder al registro solicitado, en salvaguarda de la función esencial de la marca y del interés general que orienta el régimen de propiedad industrial.

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° SD2025/0011721

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

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	CELLTRIENT	Société des Produits Nestlé S.A.	SD2020/0060995	11	5	Marca	Registrada	11 ene. 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
---------------------	---------------------

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° SD2025/0011721

	CELLTRIENT
---	------------

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el elemento nominativo de cada signo es preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para solicitar e identificar una serie de bienes o prestaciones protegidos o relacionados a una marca u origen empresarial los signos analizados en su apreciación en conjunto advierten relación ortográfica, visual y fonéticamente, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, así:

El signo solicitado HEALTHCARE CELLTRION frente al antecedente marcario CELLTRIENT advierte riesgo de confundibilidad ortográfica toda vez que ambos comparten la raíz CELLTRI–, la cual constituye un elemento central característico e identificador en la percepción del consumidor, donde la diferencia en sus terminaciones ON/ENT es mínima frente a la coincidencia en la mayor parte de la estructura consonántica y vocálica.

En el plano visual el elemento característico en común CELLTRION/CELLTRIENT advierte una extensión cercana siendo CELLTRION compuesto por nueve caracteres mientras que CELLTRIENT se compone de diez caracteres, sumado a la coincidencia en el elemento CELLTRI_N configurando riesgo de confundibilidad y asociación en la percepción del consumidor promedio.



Ref. Expediente N° SD2025/0011721

Desde el punto de vista fonético, los signos enfrentados al descomponerse silábicamente como CELL-TRI-ON y CELL-TRI-ENT, respectivamente, comparten las dos primeras sílabas (CELL-TRI), que concentran la mayor carga sonora e identificadora. La variación en la sílaba final (-ON / -ENT) resulta insuficiente para generar una diferenciación clara en la pronunciación, máxime cuando ambas expresiones conservan una estructura silábica similar y un patrón acentual agudo, lo que dificulta su adecuada distinción al ser articuladas o evocadas en la memoria del consumidor y con fácil pérdida de distinción en conversaciones rápidas y fluidas propias en el mercado cotidiano.

Frente al elemento HEALTHCARE del signo solicitado, se advierte que este guarda un carácter descriptivo en el ámbito de la salud por cuanto traducido al español refiere asistencia sanitaria o médica⁴ el cual también es de uso común en el respectivo mercado farmaceuta o médico, no aportando diferenciación para desvirtuar la cercanía entre CELLTRION y CELLTRIENT, de modo que el consumidor promedio podría pensar que se trata de variaciones, extensiones de línea o marcas de un mismo origen empresarial, configurándose así riesgo de confusión y de asociación.

Frente a los elementos figurativos del signo solicitado, consistentes en la inclusión de tres círculos de color verde, dos de contorno y uno sólido, así como en el uso de una composición gráfica que combina distintas tipografías, tamaños y colores, destacándose la palabra HEALTHCARE en menor tamaño y el elemento denominativo CELLTRION con mayor énfasis visual, se observa que dichos elementos cumplen una función meramente ornamental y de acompañamiento.

En efecto, estos recursos gráficos no tienen la entidad suficiente para desvirtuar la preponderancia del elemento denominativo CELLTRION, que constituye el componente principal y de mayor fuerza, siendo además el que capta de manera inmediata la atención del consumidor y el que será utilizado para solicitar, identificar y recordar un determinado bien o prestación en el mercado.

Adicionalmente, la inclusión de caracteres en alfabeto coreano 셀트리온헬스케어 no resulta determinante para efectos de diferenciación en el contexto del consumidor medio relevante, en la medida en que este no necesariamente comprende dicho idioma, por lo que su percepción se centrará predominantemente en el elemento denominativo en caracteres latinos.

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

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos⁵.

⁴ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/health-care>

⁵ 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

Ref. Expediente N° SD2025/0011721

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

5: Biosimilar para enfermedades autoinmunes en humanos; biosimilar para trastornos autoinmunes en humanos; biosimilar para enfermedades infecciosas en humanos; biosimilar para artritis reumatoide en humanos; biosimilar para enfermedades relacionadas con tumores cancerígenos en humanos; biosimilar para inflamaciones en humanos; biosimilar para enfermedades y asma en humanos; biosimilar para trastornos cutáneos en humanos; biosimilar para enfermedades óseas en humanos; biosimilar para enfermedades y afecciones oculares en humanos (Todos los productos se limitan a biosimilares de prescripción, no relacionados con productos alimenticios, preparados vitamínicos, suplementos nutricionales y dietéticos).

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2020/0060995 Clase 5: Alimentos dietéticos, bebidas y sustancias; alimentos y sustancias alimenticias para bebés; comida para bebés; fórmulas infantiles; comida para niños; leche en polvo para bebés; alimentos y sustancias alimenticias para niños e inválidos; alimentos y sustancias alimenticias para madres lactantes; suplementos nutricionales para mujeres embarazadas y madres lactantes; suplementos nutricionales; suplementos dietéticos; suplementos nutricionales y dietéticos; preparaciones vitamínicas, preparaciones a base de minerales; sustitutos de alimentos; fibra dietética; vitaminas.

Conexión competitiva entre productos de la misma clase 5 internacional

Se advierte por esta instancia que los productos reivindicados por el signo solicitado como biosimilares de prescripción destinados al tratamiento de enfermedades autoinmunes, infecciosas, oncológicas y otras patologías de alta complejidad frente aquellos amparados por la marca con expediente SD2020/0060995 alimentos dietéticos, suplementos nutricionales, vitaminas y productos para poblaciones específicas (niños, bebés, mujeres embarazadas, madres lactantes) si bien no son idénticos, se encuentran vinculados dentro del ámbito de la salud humana, lo que permite estructurar su conexidad desde dos criterios, así:

Bajo el criterio de complementariedad se advierte que los productos confrontados pueden concurrir en un mismo contexto de tratamiento o cuidado de la salud. En efecto, los medicamentos biológicos o biosimilares suelen ser prescritos en conjunto con regímenes nutricionales específicos, suplementos o alimentos especializados que coadyuvan al tratamiento, recuperación o mantenimiento del estado del paciente. Esta relación funcional evidencia una complementariedad en su uso, lo que aproxima los productos en la experiencia del consumidor o su uso en conjunto para mejorar un tratamiento.

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° SD2025/0011721

Por su parte en conformidad al criterio de razonabilidad es consecuente la atribución de un mismo origen empresarial desde la perspectiva del consumidor medio, conforme resulta razonable considerar que los productos puedan provenir de una misma fuente empresarial, en la medida en que en el mercado es habitual que compañías del sector salud en particular laboratorios farmacéuticos o grupos empresariales del ámbito nutricional y médico diversifiquen su portafolio, abarcando tanto medicamentos de prescripción como suplementos y productos dietéticos.

Adicionalmente, se presenta una coincidencia relevante en los canales de comercialización de los productos enfrentados. En efecto, tanto los medicamentos biológicos o biosimilares de prescripción como los suplementos nutricionales, vitaminas, alimentos dietéticos y productos para poblaciones específicas se comercializan a través de farmacias, droguerías, establecimientos farmacéuticos, tiendas especializadas en salud y plataformas de distribución de productos médicos o farmacéuticos, incrementando su conexidad competitiva y que el consumidor asocie un mismo origen empresarial.

En consecuencia, la coexistencia de los signos en el mercado para distinguir estos productos podría inducir al consumidor a error respecto de su origen empresarial o generar una asociación indebida entre ellos, comprometiendo la función esencial de la marca como indicador de procedencia y justificando la existencia de conexidad competitiva.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca HEALTHCARE CELLTRION 셀트리온헬스케어 (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Celltrion Holdings Co.,Ltd., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Celltrion Holdings Co.,Ltd., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

⁶ 5: Biosimilar para enfermedades autoinmunes en humanos; biosimilar para trastornos autoinmunes en humanos; biosimilar para enfermedades infecciosas en humanos; biosimilar para artritis reumatoide en humanos; biosimilar para enfermedades relacionadas con tumores cancerígenos en humanos; biosimilar para inflamaciones en humanos; biosimilar para enfermedades y asma en humanos; biosimilar para trastornos cutáneos en humanos; biosimilar para enfermedades óseas en humanos; biosimilar para enfermedades y afecciones oculares en humanos (Todos los productos se limitan a biosimilares de prescripción, no relacionados con productos alimenticios, preparados vitamínicos, suplementos nutricionales y dietéticos).

Resolución N° 35527

Ref. Expediente N° SD2025/0011721

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 14 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS