

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 37704

Ref. Expediente N° SD2025/0067370

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 9 de julio de 2025, VANORE S.A.S, solicitó el registro de la Marca EST- INTEGRAL Educación continuada en salud y estética (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, KERALTY S.A.S. presentó oposición con fundamento en: Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

(...)

En el presente caso, estamos frente a marcas de naturaleza mixta por lo que es necesario establecer en los conjuntos marcarios cuál es el elemento que mayor impacto genera en la mente del consumidor pues, será sobre este que deberá centrarse el análisis comparativo.

(...)

Es importante indicar que lo anterior no supone que se haga un análisis de los signos de forma separada y disgregando sus elementos, sino que se debe hacer sobre el conjunto.

(...)

Signo solicitado	Marca opositora
	 Versania

A simple vista, particularmente en el signo solicitado a registro, es el elemento gráfico el que predomina, no sólo por su ubicación principal en el conjunto marcario, sino por el tamaño que tiene el gráfico en comparación a la denominación reivindicada. Dicha situación supone que el primer elemento que va a identificar el consumidor es precisamente el gráfico y

¹ 41: Educación, enseñanza y formación; educación y enseñanza; enseñanza de habilidades de belleza; enseñanza en academias; enseñanza en materia de cuidados de belleza; formación y enseñanza; servicios de academias de enseñanza; servicios de enseñanza y educación.

Ref. Expediente N° SD2025/0067370

posteriormente, se detendrá en la denominación.”

“En ese sentido, el análisis debe centrarse especialmente en el elemento gráfico de las marcas:

(...)

Similitudes en el trazado (forma y estructura):

Estructura de flor o flor de loto: Ambos diseños representan una figura compuesta por varios pétalos dispuestos de manera radial, formando una flor estilizada.

Pétalos superpuestos: En los dos logos, los pétalos se solapan ligeramente y están contruidos a partir de formas alargadas y simétricas.

Distribución semicircular: Las flores en ambos casos se abren de forma horizontal, creando una base amplia y una figura central más alta.

Uso de formas simples y limpias: Ambos parten de figuras geométricas suaves y redondeadas.

Similitudes en el concepto:

Bienestar, crecimiento y equilibrio: La flor de loto suele asociarse a salud, armonía, evolución personal y profesional.

Ambos logos se apoyan en esta carga simbólica.

Profesionalismo con enfoque humano: Los pétalos transmiten suavidad, cuidado y un ambiente de confianza.

Similitudes en los colores:

Presencia marcada de tonos verdes: En ambos logotipos el verde aparece como protagonista, asociado a naturaleza, renovación y bienestar.

Paleta orgánica y suave: Aunque el primero emplea también morados y el segundo azules y ocre, ambas paletas se sienten naturales y tranquilas.

Uso de gradientes o variaciones tonales: Cada pétalo en ambos logos utiliza un tono distinto o una variación tonal, generando un efecto de diversidad dentro de una misma figura.

Colores fríos predominantes: Especialmente verdes y azules, que transmiten calma, equilibrio y profesionalismo.

Todas las semejanzas anteriores evidencian que el signo solicitado a registro presenta similitudes capaces de generar confusión con la marca de mi representada, especialmente porque el consumidor podría pensar equivocadamente que se trata de servicios relacionados con Keralty S.A.S., cuando la realidad es otra.

Ref. Expediente N° SD2025/0067370

(...)

“Los servicios detallados son intercambiables toda vez que se trata de los mismos pues, están enfocados en la prestación de servicios educativos y de enseñanza por lo que el consumidor puede optar por uno u otro para suplir su necesidad.”

(...)

Finalmente, es clara la conexidad entre los servicios de la Clase 41 y los servicios de la Clase 44 toda vez que, en la práctica aquellas compañías que ofrecen servicios enfocados en el sector de la salud, también ofrecen servicios educativos relacionados con dichos servicios, siendo entonces servicios complementarios.

Considerando que los signos comparados presentan amplias similitudes

como quedó claro en los puntos anteriores-, razonablemente el consumidor pensará que los servicios ofrecidos con el signo solicitado a registro, provienen de un mismo empresario, esto es, de Keralty S.A.S., cuando la realidad es totalmente diferente.

(...)

Que dentro del término concedido para tal efecto, VANORE S.A.S, dio respuesta a la oposición argumentando:

(...)

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.

o 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:

o Es el que el consumidor utiliza para solicitar, recomendar o recordar los servicios. o 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,

Ref. Expediente N° SD2025/0067370

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 KERALT Y S.A.S y excluye la posibilidad de confusión directa o indirecta en el plano fonético y denominativo.

(...)

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 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.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0067370

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:

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Tipo	Estado	Vigencia
Mixta	VERSANIA	KERALTY S.A.S.	SD2020/0048002	907	35,36,41,42,43,44	Marca	Registrada	29 ene. 2031

Los signos a comparar son los siguientes:



La marca solicitada a registro es de naturaleza mixta compuesta por un símbolo gráfico central formado por cinco figuras alargadas tipo hojas o pétalos dispuestos simétricamente: debajo se ubica el texto “EST. INTEGRAL” en tipografía serif y en una línea inferior, con menor tamaño, la frase “EDUCACIÓN CONTINUADA EN SALUD Y ESTÉTICA”

- 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° SD2025/0067370



La marca opositora es de naturaleza mixta conformada, en el lado izquierdo, un símbolo gráfico compuesto por varias formas superpuestas en disposición radial similares a pétalos o hojas; a la derecha del símbolo se ubica la palabra “Versania” en tipografía particular.

Jurisprudencia

Análisis En Conjunto Durante La Comparación Entre Marcas Mixtas

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Elemento Predominante En Las Marcas Mixtas

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Teniendo en cuenta los presupuestos de cotejo citados anteriormente, en el presente caso, al hacer un análisis en conjunto se evidencia que son mas las diferencias existentes entre

Resolución N° 37704

Ref. Expediente N° SD2025/0067370

los signos que las similitudes presentadas, lo que permite una clara diferenciación de las marcas en el mercado.

Al respecto es de mencionar que, sin desconocer la relevancia del elemento nominativo de las marcas, las cuales se diferencian en su totalidad en los signos comparados, en los componentes gráficos también existen distinciones que permiten alejar al signo solicitado de la marca opositora. En efecto al observar la composición grafica de los signos, si bien ambos asemejan una figura floral, la disposición de los pétalos, así como sus trazos presentan diferencias sustanciales en sus composiciones, asimismo, la ubicación dentro de los conjuntos marcarios es disímil, hecho aunado a la coloración diferente, sobre los cuales existe una reivindicación de derechos en los dos casos.

Ahora bien, también es preciso resaltar que el concepto derivado de la imagen de la “flor de loto”, en el sector de los productos y servicios de estética y belleza resulta se ampliamente usado por diferentes empresarios, siendo pertinente aclarar que si bien lo servicios solicitados se relacionan con actividades educativas, lo cierto es que su finalidad se encuentra especialmente dirigida a materias estéticas, del mismo modo, la marca opositora también se desempeña el los sectores mencionados, por lo que esta figura comporta fuerza distintiva débil, permitiendo su coexistencia si los conjuntos marcarios contienen elementos adicionales que permitan su diferenciación, como en el presente caso.

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta		María Victoria Mejía Ortíz	SD2017/0006941	11	41	Marca	Registrada
Mixta		PRODUCTOS MÉDICOS DE COLOMBIA PROMEC	SD2023/0044572	11	5, 10, 35	Marca	Registrada
Mixta		BENECIA ESTHER FONTALVO OROZCO	SD2024/0017027	12	41	Marca	Registrada
Mixta		CLINICA RENACER EQUILIBRIO NATURAL S.A.S	SD2019/0022530	11	44	Marca	Registrada
Mixta		DELUXE BY CRISTINA JARAMILLO S.A.S	SD2017/0055528	11	44	Marca	Registrada
Mixta		Herrera Arias Group SAS	SD2017/0090261	11	41	Marca	Registrada

Asi las cosas, teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los servicios identificados por los mismos, en la



Ref. Expediente N° SD2025/0067370

medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por KERALTY S.A.S.

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca EST- INTEGRAL Educación continuada en salud y estética (Mixta).



Reivindicación de colores:

VERDE
MORADO
NEGRO

Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

41: Educación, enseñanza y formación; educación y enseñanza; enseñanza de habilidades de belleza; enseñanza en academias; enseñanza en materia de cuidados de belleza; formación y enseñanza; servicios de academias de enseñanza; servicios de enseñanza y educación.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: VANORE S.A.S
CALLE 49 A N 77 C 40
MEDELLIN ANTIOQUIA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

Resolución N° 37704

Ref. Expediente N° SD2025/0067370

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a VANORE S.A.S, solicitante del registro y a KERALTY S.A.S. opositor (es), el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 21 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS