

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 39114

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

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 30 de julio de 2025, el señor **JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL**, solicitó el registro de la Marca **FEMME** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las Clases 3 y 16 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1079 del 18 de septiembre de 2025, la sociedad **KERALTY S.A.S.** presentó **oposición en las dos clases solicitadas** con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

“(…) Como puede observarse de lo anterior, la familia de marcas de mi representada está conformada por el elemento gráfico común correspondiente a una mariposa y unida a una expresión diferente, configuración que también presenta el signo solicitado (mariposa + denominación), es decir, presenta exactamente las mismas características de las marcas de Keralty S.A.S. que el consumidor ya ha visto por tantos años en el mercado. Esta situación inevitablemente hará que se haga una asociación de un origen empresarial inexistente, derivando en riesgo de confusión. (…)

	
El diseño del signo solicitado muestra una mariposa minimalista y estilizada, trazada con líneas curvas limpias y fluidas. Está compuesta por cuatro formas principales que representan las alas. Las alas superiores son más grandes y ovaladas, con una de ellas rellena completamente en negro y delineada en blanco. Las alas inferiores son más pequeñas, con una forma similar a una gota o pétalo alargado, también delineadas suavemente y una de ellas rellena de negro.	El diseño de las marcas opositoras representa una mariposa abstracta y geométrica, construida a partir de cuatro formas negras sólidas que evocan las alas. Las alas superiores son grandes, con forma de óvalos alargados que se abren hacia los lados, proyectando una sensación de movimiento ascendente. Las alas inferiores son más pequeñas, con un diseño triangular o de gota invertida, separadas por finos espacios en blanco que crean la ilusión del cuerpo central de la mariposa.

El trazado:

Estilo minimalista: Ambos comparten un diseño simplificado y limpio, sin detalles decorativos ni texturas. Utilizan pocas líneas y formas básicas para representar la figura de la mariposa.

¹ **3:** Toallitas para la higiene femenina; productos de jabón; duchas vaginales para la higiene íntima o en cuanto desodorantes; preparaciones limpiadoras no medicinales para la higiene íntima; preparaciones de higiene íntima para uso sanitario o utilizadas como desodorantes; paños o toallitas impregnados de productos limpiadores para la piel; toallitas impregnadas con desodorantes para uso personal.

16: Toallas de papel; toallas de papel para las manos; toallas higiénicas de papel para las manos; toallitas de celulosa; toallitas de papel; toallitas de papel para desmaquillar; toallitas de papel para la limpieza; toallitas de papel para limpiar; toallitas de papel para uso cosmético; toallitas de tocador de papel; toallitas faciales de papel.

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

Representación abstracta: Ninguno de los dos busca una representación realista de la mariposa. En cambio, emplean trazos y formas geométricas o curvas para sugerir la figura de la mariposa de manera simbólica.

Simetría visual: Ambos diseños mantienen una sensación de equilibrio bilateral, típica de las mariposas, lo que da armonía y estabilidad al conjunto.

Enfoque en las alas: En los dos casos, el elemento principal son las alas; el cuerpo está apenas insinuado o totalmente ausente.

El concepto:

Ambos diseños se refieren a una mariposa, por lo que, cuando el consumidor observe ambos gráficos, tendrá exactamente la misma idea.

Los colores:

En este punto es importante tener en cuenta que el signo solicitado no reivindicó colores, por lo que el logo está en blanco y negro. Esto supone que el consumidor cuando observe el signo en el mercado, asocie cualquier color, pero particularmente, va a relacionarlo con los colores institucionales de la familia de marcas de Keralty S.A.S. pues, son estos los que ha observado en varias oportunidades en el mercado, generando que el consumidor asocie las marcas de mi representada con la mariposa del signo solicitado, cayendo en confusión. (...)

(...) Los productos detallados son intercambiables toda vez que son los mismos y, por lo tanto, el consumidor puede optar por uno u otro sin inconveniente ya que suple una misma necesidad. (...)

(...) Finalmente, los productos que busca proteger el signo solicitado son complementarios de los servicios que identifican las marcas opositoras, pues, por un lado, los servicios de la Clase 35 son el medio a través del cual se publicitan, promocionan y comercializan.

Así mismo, los servicios de la Clase 44 son complementarios de los productos que busca identificar el signo solicitado debido a que, por ejemplo, las toallitas de limpieza pueden utilizarse para el desarrollo de la prestación de servicios médicos.

Considerando que los signos comparados presentan amplias similitudes -como quedó claro en los puntos anteriores-, razonablemente el consumidor pensará que los productos ofrecidos con el signo solicitado a registro, provienen de Keralty S.A.S., cuando la realidad es totalmente diferente.

El TJCA ha manifestado en diversas interpretaciones prejudiciales que los criterios de intercambiabilidad, complementariedad y razonabilidad por sí solos, son suficientes para establecer que el riesgo de confusión es absoluto, tal como sucede en el presente caso. (...)

Que, dentro del término concedido para tal efecto, el señor **JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...) En primer lugar, es menester advertir que la contraparte no realiza una comparación de naturaleza gráfica o visual de las marcas en conflicto. Por lo anterior, se desconocen las reglas del cotejo marcario, según las cuales, es necesario adelantar una comparación sobre la totalidad de los conjuntos marcarios, sin descomponer sus elementos. (...)

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

CRITERIO	SIGNO SOLICITADO	SIGNO PREVIO
TIPOGRAFÍA	El elemento sobre el cual la contraparte funda su acción se compone en tipografía gruesa, minúscula y sumamente estilizada. 	El signo que fundamenta la oposición se dispone en tipografía gruesa, minúscula y poca distintiva. 
ASPECTO GRÁFICO DE LOS SIGNOS	El signo solicitado dispone en su aspecto gráfico en la disposición de una Mariposa, bien definida, con sus alas y cuerpo bien dispuestos. 	El signo que fundamenta la oposición cuenta con la disposición de una letra "K", en forma gruesa y de colores, y con la apariencia de ver hacia arriba bien abierta. 

(...) Expuestos los componentes gráficos de los signos en conflicto, se solicita al director de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industrias y Comercio que tome estos como un elemento de relevancia para realizar su análisis sobre la confundibilidad predicable entre las marcas bajo estudio. (...)

Número de sílabas que componen los signos	
Signo solicitado	Signo previo
El signo solicitado se dispone en 02 sílabas.	El signo previo está compuesto por 03 sílabas.

Vocales que componen los signos	
Signo solicitado	Signo previo
E - E	E - A

(...) La marca solicitada no tiene similitud ortográfica capaz de llevar a un riesgo de confusión o asociación entre los signos en conflicto, ya que no comparten longitudes, secuencia de vocales, número de sílabas, sílaba tónica, terminaciones y raíces. Por otro lado, es preciso tener en consideración que la marca opositora se compone de un vocablo de uso común, teniendo en consideración su uso reiterado en las clases conexas. (...)

(...) De lo expresado anteriormente, se podría deducir que, la marca pretendida hace referencia a la mujer y a las necesidades de la misma, y las marcas previamente registradas hacen alusión a un grupo de empresas que relacionan en un mismo sector. (...)

(...) En vista de lo anterior, se esgrime la inexistencia de un riesgo de confusión entre los signos distintivos bajo cotejo marcario, en el entendido de que se predicen disparidades de orden conceptual que son susceptibles de evitar un riesgo de confusión o asociación. (...)"

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.



Ref. Expediente N° SD2025/0076334

Causal 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.

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.

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° SD2025/0076334

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Marca derivada y derechos adquiridos

Cabe resaltar que, una vez visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, esta Dirección pudo constatar que existe un registro previo similar al signo solicitado, en favor del peticionario **JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL**, lo que indica la existencia de derechos adquiridos en su favor. A continuación, el antecedente referido:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	JABÓN ÍNTIMO FEMME	JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL	SD2020/0092073	11	<u>3, 16</u> ⁴	Marca	Registrada	12 nov. 2031

Por su lado, el signo solicitado es el siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	FEMME	JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL	SD2025/0076334	12	<u>3, 16</u> ⁵	Marca	Bajo examen de fondo	-

Los derechos adquiridos se han definido como derechos que han entrado al patrimonio de una persona natural o jurídica, que hacen parte de él y que por lo mismo no pueden ser arrebatados o vulnerados por quien los creó o reconoció legítimamente. Los derechos adquiridos en su concepción amplia son equivalentes a situaciones subjetivas, individuales o concretas que han sido creadas o consolidadas bajo la ley, así mismo la ley ha amparado los derechos adquiridos mediante actos administrativos.⁶

Es importante aclarar que los derechos conferidos por una marca confieren a su propietario el uso exclusivo de ella y la facultad de impedir que otras personas utilicen o registren marcas idénticas o similares que puedan inducir al público a error, son derechos que sólo nacen de las marcas ya registradas y cuyo título legitima a la persona para que pueda ejercer los derechos incorporados en tal título.

Debe reseñarse que este signo fundamentado en unos antecedentes previos de titularidad de la sociedad **JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL** no puede reivindicar productos o servicios distintos a los amparados por los registros previos, ni ampliar a productos o servicios diferentes, ya que se les considera como una manifestación del derecho

⁴ (3): Toallitas para la higiene femenina; productos de jabón; duchas vaginales para la higiene íntima o en cuanto desodorantes; preparaciones limpiadoras no medicinales para la higiene íntima; preparaciones de higiene íntima para uso sanitario o utilizadas como desodorantes; paños o toallitas impregnados de productos limpiadores para la piel; toallitas impregnadas con desodorantes para uso personal.

(16): Toallas de papel; toallas de papel para las manos; toallas higiénicas de papel para las manos; toallitas de celulosa; toallitas de papel; toallitas de papel para desmaquillar; toallitas de papel para la limpieza; toallitas de papel para limpiar; toallitas de papel para uso cosmético; toallitas de tocador de papel; toallitas faciales de papel.

⁵ (3): Toallitas para la higiene femenina; productos de jabón; duchas vaginales para la higiene íntima o en cuanto desodorantes; preparaciones limpiadoras no medicinales para la higiene íntima; preparaciones de higiene íntima para uso sanitario o utilizadas como desodorantes; paños o toallitas impregnados de productos limpiadores para la piel; toallitas impregnadas con desodorantes para uso personal.

(16): Toallas de papel; toallas de papel para las manos; toallas higiénicas de papel para las manos; toallitas de celulosa; toallitas de papel; toallitas de papel para desmaquillar; toallitas de papel para la limpieza; toallitas de papel para limpiar; toallitas de papel para uso cosmético; toallitas de tocador de papel; toallitas faciales de papel.

⁶ Sentencia del Consejo de Estado del 26 de agosto de 1983 y 3 de febrero de 1984.



Ref. Expediente N° SD2025/0076334

conferido previamente.

Para registrar un signo como marca derivada deben cumplirse siguientes presupuestos:

- 1) Su distintivo principal es el mismo.
- 2) Únicamente varían sus elementos complementarios.
- 3) El signo pretendido reivindica los mismos productos y/o servicios o estos se encuentran contenidos dentro de la cobertura de la marca previamente registrada.

De conformidad con lo anterior, esta Dirección observa que el signo solicitado a registro es derivado de la marca previamente registrada y, en consecuencia, se dan los presupuestos adoptados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina para registrar el signo solicitado como una marca derivada.

Debe señalarse que las coberturas que identifica con tal signo son idénticas a las pretendidas en el presente trámite, ya que aquellas cobijan productos y servicios de las clases 3 y 16, mientras que los productos y servicios que pretende distinguir con la solicitud de registro que acá se estudia, también se pretende para las mismas clases y para exactamente los mismos productos.

Más allá del uso común de la expresión “FEMME” en el mercado objetivo al que se dirige la marca, es claro que la marca solicitada se constituye en un registro derivado del signo previamente registrado por el solicitante dado que no goza de una variación sustancial en cuanto a su distintivo principal ni tampoco en la cobertura de productos que identifica y en ese orden será tenido en cuenta, únicamente en lo que respecta a dicho argumento puntual, como un fundamento válido en el presente trámite de registrabilidad.

Sin perjuicio de las consideraciones precedentes, es deber de este Despacho proceder con el estudio de registrabilidad a la luz de la causal alegada por la sociedad opositora, con el propósito de dar estricto cumplimiento a los lineamientos y criterios fijados por la normatividad andina y la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	CLÍNICA EIRÉN	KERALTY S.A.S.	SD2024/0102158	12	44	Marca	Registrada	30 sept. 2035
Mixta	VISIONÍA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0037808	12	1, 3, 5, 9, 10, 21, 37, 40, 42, 44	Marca	Registrada	17 dic. 2035
Mixta	DERMIA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0046285	12	35, 44	Marca	Registrada	16 dic. 2035
Mixta	VISIONÍA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0037798	12	35	Marca	Bajo Examen de Fondo	19 may. 2025
Figurativa		KERALTY S.A.S.	SD2020/0059361	11	35, 36, 41, 44	Marca	Registrada	12 abr. 2031
Mixta	Odontosanitas	KERALTY S.A.S.	SD2021/0094362	11	10, 36, 42, 44	Marca	Registrada	07 jul. 2032
Mixta	KERALTYLAB	KERALTY S.A.S.	SD2023/0072021	12	44	Marca	Registrada	11 oct. 2034
Mixta	KERALTYLAB	KERALTY S.A.S.	SD2023/0071997	12	5	Marca	Registrada	17 may. 2034



Resolución N° 39114

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

Mixta	EPIDERMIA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074289	12	41	Marca	Registrada	30 ene. 2036
Mixta	EPIDERMIA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074280	12	35	Marca	Registrada	21 ene. 2036
Mixta	EPIDERMIA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074301	12	44	Marca	Registrada	15 ene. 2036
Mixta	VISIONÍA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0110028	12	36, 44	Marca	Registrada	09 abr. 2036
Mixta	EPIDERME	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074241	12	10	Marca	Registrada	14 ene. 2036
Mixta	EPIDERME	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074226	12	44	Marca	Registrada	21 ene. 2036
Mixta	EPIDERME	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074246	12	35	Marca	Registrada	21 ene. 2036
Mixta	EPIDERMIA	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074269	12	10	Marca	Registrada	21 ene. 2036
Mixta	EPIDERME	KERALTY S.A.S.	SD2025/0074263	12	41	Marca	Registrada	21 ene. 2036
Mixta	KERALTY	KERALTY S.A.S.	SD2018/0016917	11	41	Marca	Registrada	23 oct. 2028
Mixta	KERALTY	KERALTY S.A.S.	SD2018/0016923	11	5	Marca	Registrada	25 may. 2029
Mixta	KERALTY	KERALTY S.A.S.	SD2018/0016892	11	35	Marca	Registrada	23 oct. 2028
Mixta	Fundación Keralty	KERALTY S.A.S.	SD2018/0067953	11	44	Marca	Registrada	01 abr. 2029
Mixta	KERALTY	KERALTY S.A.S.	SD2018/0016910	11	44	Marca	Registrada	15 feb. 2029
Mixta	Clínica Pediátrica Grupo Colsanitas	KERALTY S.A.S.	16128455	10	9, 35, 41, 42, 44	Marca	Registrada	26 sept. 2027
Mixta	Clínica Reina Sofía - Grupo Colsanitas	KERALTY S.A.S.	16102189	10	35, 41, 42, 44	Marca	Registrada	14 abr. 2030
Nominativa	DESCUBRE TU SALUD - COLSANITAS	KERALTY S.A.S.	SD2017/0004718	11	5, 10, 35, 36, 41, 42, 44	Marca	Registrada	12 jul. 2027
Mixta	Colsanitas Dental	KERALTY S.A.S.	SD2017/0035608	11	10, 36, 44	Marca	Registrada	15 nov. 2027
Mixta	DESCUBRE TU SALUD - COLSANITAS	KERALTY S.A.S.	SD2017/0004715	11	5, 10, 35, 36, 41, 42, 44	Marca	Registrada	19 jul. 2027
Mixta	VISIONÍA	KERALTY S.A.S.	SD2024/0097815	12	35	Marca	Bajo Examen de Fondo	-
Mixta	Colsanitas	KERALTY S.A.S.	SD2018/0098538	11	44	Marca	Registrada	23 jul. 2029
Mixta	Colsanitas	KERALTY S.A.S.	SD2019/0022910	11	5, 10, 16, 35, 42	Marca	Registrada	31 may. 2031
Mixta	EPS Sanitas	KERALTY S.A.S.	SD2019/0015371	11	5, 9, 10, 16, 28, 35, 41, 42	Marca	Registrada	21 sept. 2029
Mixta	Sanitas	KERALTY S.A.S.	SD2019/0065049	11	36, 44	Marca	Registrada	17 abr. 2030
Mixta	Colsanitas	KERALTY S.A.S.	SD2020/0016784	11	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 45	Marca	Registrada	01 sept. 2030
Mixta	Clínica Colsanitas	KERALTY S.A.S.	SD2019/0088892	11	44	Marca	Registrada	24 jun. 2030

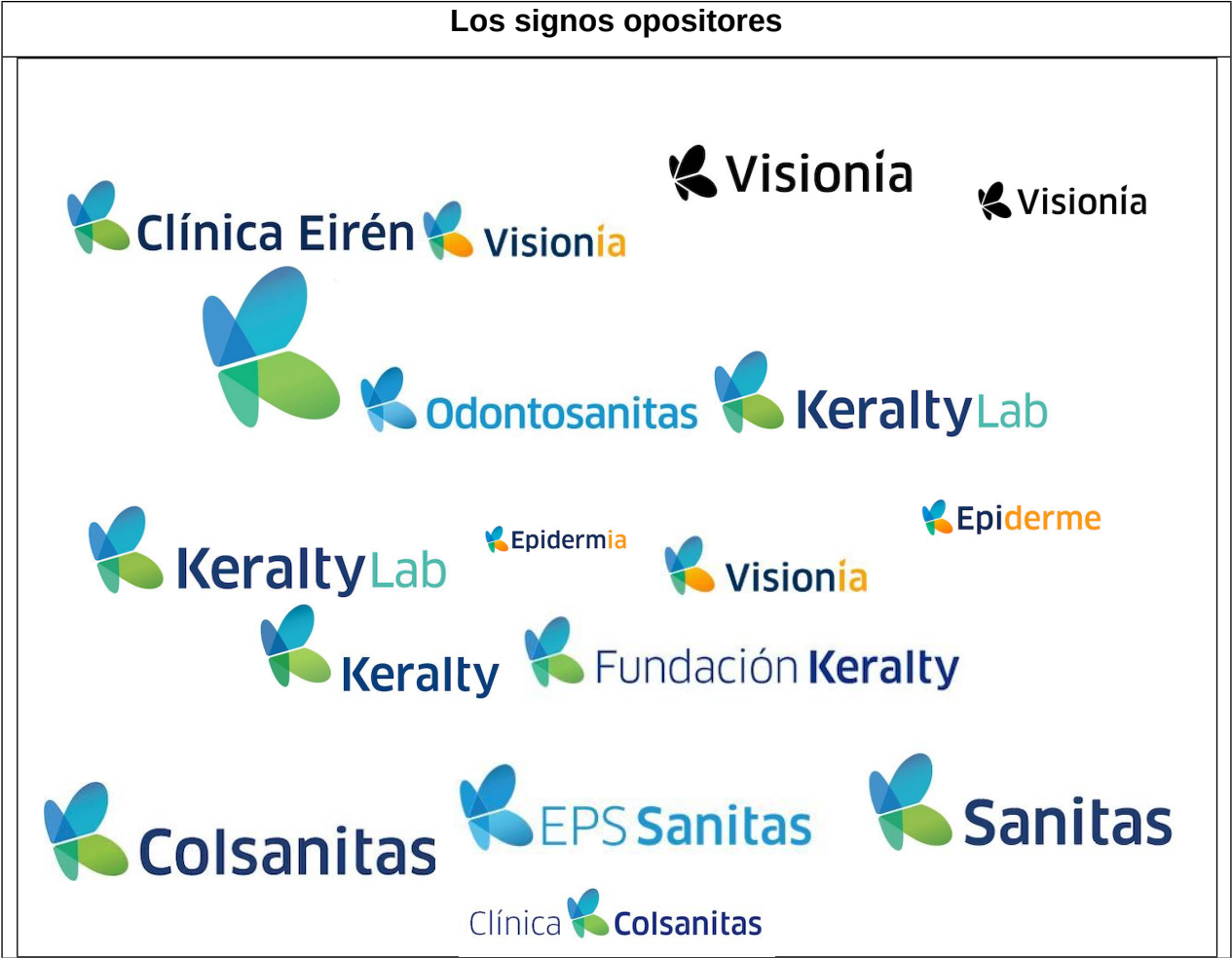
Ref. Expediente N° SD2025/0076334

Mixta	EPS Sanitas	KERALTY S.A.S.	SD2018/0098393	11	44	Marca	Registrada	23 jul. 2029
Mixta	Medisanitas	KERALTY S.A.S.	SD2018/0098531	11	44	Marca	Registrada	23 jul. 2029
Mixta	Clínica Colsanitas 103	KERALTY S.A.S.	SD2018/0102443	11	35, 41, 42, 44	Marca	Registrada	30 jul. 2029
Mixta	Fundación Keralty	KERALTY S.A.S.	SD2019/0015359	11	5, 35, 41, 42	Marca	Registrada	21 sept. 2029
Mixta	Medisanitas	KERALTY S.A.S.	SD2019/0015355	11	10, 35, 42	Marca	Registrada	21 sept. 2029

Los signos a comparar son los siguientes:



El signo mixto solicitado para registro está integrado por el elemento denominativo “FEMME” en tipografía *serif*, cursiva y provisto de un subrayado mediante un trazo sólido en curva convexa. En la parte superior central se dispone un componente figurativo consistente en la silueta estilizada y monocromática de una mariposa de trazos ovoides, de cuya base se desprende un eje lineal vertical descendente orientado hacia la expresión nominal.



Ref. Expediente N° SD2025/0076334



Las marcas de la sociedad opositora se conforman por signos mixtos y figurativos articulados por un elemento visual común consistente en una figura abstracta estilizada hacia la izquierda, conformada por planos ovoides superpuestos de estructura geométrica, indexados en tonalidades de espectro azul y verde o en versión monocromática. Dicho componente gráfico antecede de manera adyacente a las variables denominativas del grupo (“KeraltyLab”, “Visionía”, “Colsanitas”, “EPS Sanitas”, “Medisanitas” y “Fundación Keralty”), las cuales se encuentran estructuradas en tipografía sans-serif.

Familia de marcas

El hecho que la sociedad **KERALTY S.A.S.** incluya de forma reiterada el mismo **GRÁFICO**  en buena parte de sus marcas, difiriendo sutilmente en cada marca en sus colores, nos hace concluir que estamos en presencia de una familia de marcas entendida esta como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común un conjunto de productos, con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos y figurativos

“Al comparar una marca mixta con una figurativa, es importante determinar cuál es el elemento dominante en la marca mixta, si el denominativo o el gráfico; si la denominación causa mayor impacto, es en la palabra o palabras donde se centra su fuerza distintiva y no podrá generarse confusión con una marca figurativa, ya que el distintivo de la primera estará en el conjunto pronunciable y el de la otra en la imagen y el concepto que expresa la marca figurativa”. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso No. 023–IP–2004, 02 de julio de 2004).

Por el contrario, si se determina que el elemento distintivo es el gráfico, se deberá realizar el análisis de confundibilidad teniendo en cuenta los dos elementos constitutivos de este

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

tipo de marcas, es decir, el trazo y el concepto. El análisis del trazado debe tener en cuenta las figuras o líneas de los dibujos que forman el signo marcario y el concepto se refiere a la idea que el dibujo suscita en la mente de quien lo observa⁷; siendo este último el que suele prevalecer:

“Para determinar la existencia de confundibilidad en esta clase de marcas la Jurisprudencia del Tribunal Andino, ha expresado que entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa: el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer; por lo que, a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión”.⁸

De encontrarse que los signos en confrontación evocan un concepto, es necesario realizar su comparación tanto en el plano gráfico como en el plano conceptual. Al respecto, el tratadista Carlos Fernández-Nóvoa señala que:

“(…) La semejanza de las marcas figurativas en el plano gráfico deberá efectuarse de acuerdo con los criterios establecidos para comparar las marcas puramente gráficas”⁹, es decir, tomando en consideración la pauta de la visión en conjunto.

Si desde el punto de vista gráfico no existe semejanza entre las marcas, *“no será indispensable proceder al análisis de las marcas en el plano conceptual”¹⁰*. Si, por el contrario, existen semejanzas desde el punto de vista gráfico, *“deberá procederse a examinar las correspondientes marcas en el plano conceptual (...) habrá que determinar si los signos considerados gráficamente dispares, evocan o no un concepto concreto idéntico o equivalente”¹¹*.

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto se estableció que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual y el acompañamiento o no de un gráfico (...)”¹².

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 477-IP-2016.

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 84-IP-2007.

⁹ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, primera edición, pág. 240.

¹⁰ Óp. Cit., pág. 241.

¹¹ Óp. Cit., pág. 241.

¹² Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: "BURBUJA VIDEOS 2000", publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera reiteró: *"La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos.*

El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto". (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) "C.A.S.A", publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Prevalencia del elemento nominativo

En aquellos casos en donde predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

"a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema.

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

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos."¹³

Análisis comparativo

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, se trata de un signo mixto, conformado por la expresión FEMME y elementos gráficos. Por su parte, las opositoras conforman una familia de marcas de naturaleza mixta y figurativa, estructurada por las expresiones KERALTYLAB, VISIONÍA, COLSANITAS, EPS SANITAS, MEDISANITAS y FUNDACIÓN KERALTY, entre otras, acompañadas de sus respectivos elementos gráficos.

¹³ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Resolución N° 39114

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

Según las reglas definidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, las expresiones de uso común o descriptivas carecen de distintivitas y deben ser excluidas del cotejo. En el presente caso, se observa que la figura y el concepto de la mariposa contenidos en el signo solicitado son de uso común para los productos objeto de análisis¹⁴, por lo que no serán considerados como elementos distintivos dentro del cotejo marcario, debiendo concentrarse la evaluación en las **particularidades** de su diseño conceptual y gráfico.

Al realizar el examen en conjunto de cada signo como una unidad indivisible, se percibe de forma inmediata que la impresión general generada en el consumidor es plenamente diferente. En el plano denominativo, la expresión FEMME carece por completo de similitudes ortográficas o fonéticas con los vocablos del grupo opositor. No existe un lexema o raíz léxica común que actúe como eje de semejanza; la brevedad sonora del signo solicitado, su estructura monosilábica y su composición vocálica marcan una distancia evidente frente a la extensión y la cadencia de marcas como COLSANITAS o VISIONÍA. Mientras el signo

14

Expediente	Signo	Vigencia	Estado	Titular	Clase
04054229	MARIPOSA 	28 nov. 2035	Registrada	MARTA NELLY GOMEZ BOTERO	3
04078488	NUTRIFACE GEL 	31 may. 2027	Registrada	SKIN SOCIETY E.U.	3
05057629	GEA 	27 ene. 2026	Registrada	SERGIO RODRIGO VEGA-PEÑA VIZCARDÓ	3
06071611	PLUS BELLE 	28 mar. 2027	Registrada	IRAKA LTDA	3
08051337	CASMARA 	16 dic. 2028	Registrada	EMPREDIVER, S.L	3
08070531	SOE 	28 abr. 2029	Registrada	GLORIA ESPERANZA VARELA LONDOÑO	3

Expediente	Signo	Vigencia	Estado	Titular	Clase
06018547	NORMA JEAN BOOK 	26 sept. 2026	Registrada	CARVAJAL PROPIEDADES E INVERSIONES S.A	16
09035590	ANDIGRAF 	26 oct. 2029	Registrada	ANDIGRAF	16
09145936	DEVENIR 	17 ago. 2030	Registrada	JARDINES DE PAZ S.A.	16
SD2018/0002198	ZPR 	17 sept. 2028	Registrada	SAENZ E HIJOS	16
SD2018/0031346	Papilion 	14 dic. 2028	Registrada	AR KAGIT SANAYI VE TICARET LIMITED SIRKETI,	16
SD2021/0087056	MUJER DE LUZ 	25 may. 2032	Registrada	Aída Cristina Zabaleta Avendaño	16



Ref. Expediente N° SD2025/0076334

solicitado evoca una noción ligada a la feminidad mediante un término extranjero, la familia opositora se asocia firmemente a la identidad corporativa e institucional del sector salud.

En lo que respecta al plano gráfico, que constituye el único punto de contacto abstracto debido a la alusión al mismo insecto, a juicio de esta Dirección existe una configuración visual que disipa cualquier riesgo de confusión o asociación. El diseño de la marca solicitada se compone de trazos lineales continuos, orgánicos y de un minimalismo clásico, donde destaca la silueta monocromática de una mariposa de trazos ovoides con un eje vertical que se integra armónicamente a una tipografía estilizada y cursiva. Por el contrario, la familia de marcas de la opositora se fundamenta en un patrón geométrico y abstracto, caracterizado por planos que simulan un mosaico poligonal rígido (evocando la letra “**K**” de **Keralty**), complementado por tipografías de corte moderno y recto. Esta evidente disparidad en la ejecución de los componentes visuales impide que el consumidor promedio vincule el origen empresarial de los signos a través de sus gráficos.

En el presente caso se puede concluir que las notables diferencias ortográficas, fonéticas, conceptuales y de diseño gráfico garantizan una pacífica coexistencia en el mercado, desvirtuando la configuración de un riesgo de confusión o de asociación entre las marcas en disputa. Lo anterior, sumado al derecho previamente adquirido por el solicitante, como ya se abordó previamente en la presente actuación administrativa.

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 productos identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el Literal a) del Artículo 136 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 la sociedad **KERALTY S.A.S.**, respecto de la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **KERALTY S.A.S.**, respecto de la Clase 16 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 3: Conceder el registro de la Marca **FEMME** (Mixta).



Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

3: Toallitas para la higiene femenina; productos de jabón; duchas vaginales para la higiene íntima o en cuanto desodorantes; preparaciones limpiadoras no medicinales para la higiene íntima; preparaciones de higiene íntima para uso sanitario o utilizadas como desodorantes; paños o toallitas impregnados de productos limpiadores para la piel; toallitas impregnadas con desodorantes para uso personal.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL
CARRERA 68 NRO. 94-76
MEDELLIN ANTIOQUIA
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 4: Conceder el registro de la Marca **FEMME** (Mixta).



Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

16: Toallas de papel; toallas de papel para las manos; toallas higiénicas de papel para las manos; toallitas de celulosa; toallitas de papel; toallitas de papel para desmaquillar; toallitas de papel para la limpieza; toallitas de papel para limpiar; toallitas de papel para uso cosmético; toallitas de tocador de papel; toallitas faciales de papel.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL
CARRERA 68 NRO. 94-76
MEDELLIN ANTIOQUIA
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 5: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 6: Notificar al señor **JOSE IVAN URREA ARISTIZABAL**, solicitante del registro y a la sociedad **KERALTY S.A.S.** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma y 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 7: En firme esta resolución archívese el expediente.

Resolución N° **39114**

Ref. Expediente N° SD2025/0076334

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS