

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 51988

Ref. Expediente N° SD2025/0118956

Por la cual se niega un registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 14 de noviembre de 2025, IDBDC ALBINEGRO SA, solicitó el registro de la Marca **Academia Inter Albinegro** (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 25 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1086, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad 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 irreregistrabilidad 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.”

Causales de irreregistrabilidad 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

¹ 25: Ropa de deporte; uniformes de deporte.

41: Clases de deportes; cursos de deportes; educación relacionados con el deporte; instrucción [enseñanza] relacionados con el deporte; organización de competiciones relacionadas con el deporte; organización de cursos de deportes; servicios de clubes de deporte; servicios de un club de deportes; servicios educativos, de entretenimiento y deporte.

Ref. Expediente N° SD2025/0118956

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
Mixta	INTER Academy	INTER MEDIA AND COMMUNICATION S.p.A.	SD2018/0080226	11	16, 41, 44	Marca	Registrada	19 abril 2028

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
Academia Inter Albinegro	INTER Academy

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° SD2025/0118956

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, al realizar el análisis comparativo entre el signo solicitado **ACADEMIA INTER ALBINEGRO** y la marca antecedente **INTER ACADEMY**, advierte una similitud conceptual derivada de la coincidencia en los términos “INTER” y “ACADEMIA/Y”. En efecto, el signo solicitado incorpora íntegramente el elemento “INTER”, mientras que los términos “ACADEMIA” y “ACADEMY” tienen el mismo significado⁴, al hacer referencia a una institución dedicada a la enseñanza o formación. En este sentido, el elemento adicional “ALBINEGRO” no modifica el contenido conceptual de los elementos comunes, manteniéndose una coincidencia conceptual relevante entre las denominaciones.

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 y/o servicios 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 productos y/o servicios⁵.

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

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 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

Ref. Expediente N° SD2025/0118956

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 25: Ropa de deporte; uniformes de deporte.

Clase 41: Clases de deportes; cursos de deportes; educación relacionados con el deporte; instrucción [enseñanza] relacionados con el deporte; organización de competiciones relacionadas con el deporte; organización de cursos de deportes; servicios de clubes de deporte; servicios de un club de deportes; servicios educativos, de entretenimiento y deporte.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2018/0080226, clase 41: Actividades de cursos de entrenamiento deportivo; organización y dirección de competiciones deportivas, puesta a disposición de actividades deportivas y educación física; actividades didácticas y educativas; organización de espectáculos y eventos; organización y dirección de convenciones y congresos, organización de seminarios; puesta a disposición de instalaciones deportivas y suministro de información sobre deportes; organización y dirección de eventos y actividades deportivos para jóvenes y aficionados para el fomento de la educación física y deportiva de jóvenes y aficionados; organización, dirección y coordinación de eventos deportivos y culturales comunitarios; organización, dirección y puesta en escena de exhibiciones y partidos de fútbol, y producción de programas de radio y televisión, a saber, exhibiciones y partidos de fútbol profesional; servicios de entrenamiento deportivo y físico; suministro de información sobre deportes, entrenamiento físico y entrenamiento de aptitudes atléticas mediante sitios web en línea, redes informáticas y electrónicas de comunicación, consolas de juego, ordenadores personales, dispositivos digitales personales y teléfonos inteligentes; suministro de información sobre deportes, entrenamiento de aptitudes deportivas y entrenamiento físico; suministro de evaluaciones de la aptitud física y cursos de formación personalizados basados en las puntuaciones y evaluaciones mencionadas; organización de ceremonias y proyectos de incentivos diseñados para recompensar a participantes de deportes; servicios de clubes deportivos [entrenamiento y mantenimiento físico]; alquiler de instalaciones deportivas y de estadios; servicios de entrenamiento para actividades deportivas; edición de vídeos y producción de películas; servicios de entretenimiento, servicios de vídeos de entretenimiento; producción de archivos multimedia para reproductores portátiles y programas de vídeo y audio mediante canales de televisión; servicios de reservación de entradas para eventos deportivos y suministro información conexa; servicios de educación, a saber, dirección de reuniones, ponencias, seminarios, conferencias, talleres y simposios en los ámbitos de la medicina y la salud, y suministro de materiales educativos redactados y pregrabados conexos.

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 (dentrífico) 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° SD2025/0118956

Conexidad competitiva entre productos de la clase 25 del signo solicitado y servicios de la clase 41 de la marca antecedente (Criterio de razonabilidad)

Esta Dirección, al examinar los productos comprendidos en la **clase 25** del signo solicitado frente a los servicios amparados por la marca antecedente en la **clase 41**, observa que existe una relación desde la perspectiva de la razonabilidad, toda vez que ambos se encuentran vinculados al ámbito de la práctica y promoción de actividades deportivas. En efecto, el solicitado distingue ropa de deporte y uniformes de deporte, mientras que la antecedente protege servicios de entrenamiento deportivo, organización de competencias, clubes deportivos, actividades de educación física, alquiler de instalaciones deportivas y demás servicios relacionados con el deporte.

En ese sentido, se advierte que las prendas y uniformes deportivos constituyen elementos habitualmente utilizados para el desarrollo de las actividades y servicios identificados por la marca antecedente, siendo frecuente que clubes deportivos, academias, organizadores de competencias y demás prestadores de servicios deportivos suministren, comercialicen o autoricen el uso de ropa y uniformes asociados a sus actividades.

En consecuencia, esta Dirección considera que existe una razonabilidad entre los productos y servicios analizados, sustentada en su vinculación con el sector deportivo, en la relación funcional que presentan para el desarrollo de dichas actividades y en la posibilidad de que sean identificados por el consumidor como parte de una misma oferta empresarial.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 41 de los signos cotejados (Criterios de sustituibilidad y razonabilidad)

Esta Dirección, al realizar el análisis de conexidad competitiva, encuentra que los servicios comprendidos en la **clase 41** del signo solicitado presentan una relación tanto desde la perspectiva de la sustituibilidad como de la razonabilidad con los servicios amparados por la marca antecedente. En efecto, el solicitado distingue clases de deportes, cursos de deportes, educación e instrucción relacionadas con el deporte, organización de competencias deportivas, servicios de clubes deportivos y servicios educativos, de entretenimiento y deporte, mientras que la antecedente protege servicios de entrenamiento deportivo, organización y dirección de competencias, clubes deportivos, actividades de educación física, alquiler de instalaciones deportivas y demás servicios relacionados con el ámbito deportivo.

En cuanto a la sustituibilidad, se observa que servicios como las clases y cursos de deportes, la educación e instrucción deportiva, la organización de competencias y los servicios de clubes deportivos coinciden o resultan sustancialmente equivalentes a varios de los servicios amparados por la marca antecedente, toda vez que satisfacen las mismas necesidades de formación, práctica y recreación deportiva, compitiendo directamente dentro del mercado.

Por su parte, desde la perspectiva de la razonabilidad, los demás servicios reivindicados por el signo solicitado se encuentran estrechamente vinculados con aquellos protegidos por la marca antecedente, al formar parte del mismo ecosistema de educación, entrenamiento y entretenimiento deportivo. En consecuencia, esta Dirección considera que existe una razonabilidad entre los servicios analizados, sustentada en su pertenencia al sector deportivo y educativo, en la estrecha relación que presentan para el desarrollo de actividades de formación y recreación física, y en la posibilidad de que sean prestados conjuntamente bajo una misma marca.

Ref. Expediente N° SD2025/0118956

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 y servicios 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 **Academia Inter Albinegro** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por IDBDC ALBINEGRO SA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca **Academia Inter Albinegro** (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por IDBDC ALBINEGRO SA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 8 de julio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)

⁶ 25: Ropa de deporte; uniformes de deporte.

⁷ 41: Clases de deportes; cursos de deportes; educación relacionados con el deporte; instrucción [enseñanza] relacionados con el deporte; organización de competiciones relacionadas con el deporte; organización de cursos de deportes; servicios de clubes de deporte; servicios de un club de deportes; servicios educativos, de entretenimiento y deporte.