



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 87623

Ref. Expediente N° SD2025/0012887

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 17 de febrero de 2025, INVERSIONES GRAVITY 187 C.A., solicitó el registro de la Marca CENTRO ANTIANSIEDAD Y ANTIESTRÉS GRAVITY (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1063, 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

¹ 44: Servicios médicos; cuidados de higiene y belleza para seres humanos. Orientación médica en materia de estrés, servicios de masaje para el alivio del estrés en la oficina, servicios de evaluación de riesgos psicológicos e información sobre las modificaciones del comportamiento y la gestión del estrés. Servicios clínicos homeopáticos. Servicios de medicina alternativa, servicios médicos alternativos. Servicios de chequeo de salud mental, servicios de control de la salud mental, servicios de examen de salud mental, servicios de exámenes de salud mental, servicios de exploración de la salud mental, servicios de salud mental, consultoría sobre salud mental y bienestar, servicios de evaluación de la personalidad [servicios de salud mental], suministro de información sobre salud mental y bienestar, servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como cuidados cosméticos para el cuerpo. Acupuntura, acupuntura auricular, suministro de información sobre acupuntura, servicios de quiropráctica, fisioterapia, acupuntura, osteopatía, medicina deportiva, masajes y para medicina. Consultoría en psicología integral. Servicios de terapia del insomnio, terapias contra el insomnio. Servicios de cuidados paliativos. Terapia psicoanalítica, terapia psicodinámica, apoyo, orientación y terapia psicológicos, servicios de psicoterapia y de terapias ocupacionales, servicios de terapia por; meditación [servicios de psicoterapia], orientación sobre psicología holística y terapias ocupacionales servicios de terapia por meditación en cuanto servicios de psicoterapia, terapia musical para fines físicos, psicológicos y cognitivos, servicios de asesoramiento y consultoría de estilo de vida [terapia psicológica]. Servicios médicos de orientación médica, asistencia médica, atención médica, chequeos médicos, consultas médicas, exámenes médicos, exploración médica, información médica, pruebas médicas, reconocimientos médicos, servicios médicos, asistencia médica ambulatoria. Atención psicológica, consultas psicológicas, evaluaciones psicológicas, exámenes psicológicos, orientación psicológica, servicios de psicólogo, servicios de psicólogos, tratamientos psicológicos, elaboración de informes psicológicos, elaboración de perfiles psicológicos, elaboración de perfiles psicológicos para uso médico, evaluación de personalidad con fines psicológicos, evaluaciones y exámenes psicológicos, preparación de perfiles psicológicos, realización de test psicológicos de personalidad, servicios de asesoramiento psicológico, servicios de atención psicológica, servicios de diagnóstico psicológico, servicios de evaluaciones psicológicas, servicios de evaluación psicológica, servicios de; exámenes psicológicos, servicios de hipnoterapia para uso psicológico, servicios de orientación psicológica, servicios de pruebas psicológicas para uso médico, servicios de test psicológicos, servicios de test psicológicos para uso médico, servicios de tratamientos psicológicos, servicios médicos de orientación psicológica, terapia psicológica para niños, test psicológicos con fines médicos, apoyo, orientación y terapia psicológicos, orientación psicológica y sobre estilos de vida, preparación de perfiles psicológicos con una finalidad médica, puesta a disposición de tratamientos psicológicos, servicios de consultoría médica y psicológica, servicios de evaluaciones y exámenes psicológicos, servicios de hipnoterapia para uso médico o psicológico, servicios de meditación con fines de atención psicológica, servicios de meditación para el tratamiento de atención psicológica, servicios de orientación psicológica en el ámbito de los deportes, musicoterapia con fines físicos, psicológicos y cognitivos, suministro de información sobre orientación y tratamiento psicológicos, terapia musical para fines físicos, psicológicos y cognitivos, servicios de asesoramiento y consultoría de estilo de vida [terapia psicológica], servicios de evaluación de riesgos psicológicos e información sobre las modificaciones del comportamiento y la gestión del estrés.



Ref. Expediente N° SD2025/0012887

así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

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.

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.

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 (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° SD2025/0012887

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con las marcas registradas

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	Gravedad Cero centro de flotación	ALIANZA GRAVEDAD CERO S.A.S.	SD2022/0013141	11	7, 35, 37, 41, 42, 44	Marca	Registrada	09 sept. 2032
Mixta	Gravedad Cero Centro de Flotación	ALIANZA GRAVEDAD CERO S.A.S.	SD2017/0010514	11	37, 44	Marca	Registrada	15 jun. 2027

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha determinado lo siguiente respecto del cotejo entre signos de naturaleza mixta:



Ref. Expediente N° SD2025/0012887

“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”.

Así mismo, respecto de los elementos predominantes en las marcas de naturaleza mixta, el Tribunal Andino de Justicia, en el Proceso 0064-IP-2008 sostuvo que:

“Al tratar el tema de la marca mixta la doctrina y la jurisprudencia han manifestado que por lo general el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el preponderante, ya que las palabras causan gran impacto en la mente del consumidor, quien por lo general solicita el producto o servicio a través de la palabra o denominación contenida en el conjunto marcario. Sin embargo, cada caso tiene sus particularidades debido a las características propias del conjunto marcario, por ello puede ocurrir que el elemento predominante sea el elemento gráfico, que por su tamaño, color, diseño y otras características puede causar mayor impacto en el consumidor.”

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que la marca solicitada **CENTRO ANTIANSIEDAD Y ANTIESTRÉS GRAVITY** y las marcas registradas **GRAVEDAD CERO CENTRO DE FLOTACIÓN** y **GRAVEDAD CERO CENTRO DE FLOTACIÓN**, apreciadas en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar error al público consumidor.

En concreto, se observa que el signo solicitado **CENTRO ANTIANSIEDAD Y ANTIESTRÉS GRAVITY** presenta similitudes ortográficas en el elemento nominativo respecto de los elementos nominativos de las marcas registradas, toda vez que transcribe la totalidad de la extensión consonántica y vocálica de las mismas, así: **CENTRO ANTIANSIEDAD Y ANTIESTRÉS GRAVITY / GRAVEDAD CERO CENTRO DE FLOTACIÓN / GRAVEDAD CERO CENTRO DE FLOTACIÓN**, en el mismo orden y disposición, sin que los elementos nominativos y gráficos adicionales sean modificaciones que logren diluir el riesgo de confusión latente entre las marcas cotejadas, toda vez que no se constituyen en derrotero de diferenciación entre las mismas. Máxime si se tiene en cuenta que las expresiones “GRAVITY” y “GRAVEDAD”, dada su colocación en los respectivos conjuntos marcarios, son las que generan un mayor impacto en la mente del consumidor.

Corolario a lo anterior, esta Dirección encuentra que entre los signos cotejados también existen similitudes conceptuales susceptibles de generar confusión entre los consumidores, toda vez que la expresión “GRAVITY”, que se observa en la marca registrada, significa “GRAVEDAD”⁴ en español y coincide con una parte denominativa predominante de los signos registrados.

⁴ Ver: <https://www.deepl.com/es/translator>

Ref. Expediente N° SD2025/0012887

En efecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de estas. Puesto que los anglicismos utilizados son fácilmente comprensibles para el consumidor medio, debido a la globalización y su uso frecuente en el mercado, es probable que éstos asocien erróneamente el signo que se pretende registrar como una variación o una innovación de los servicios reivindicados por las marcas fundamento de negación, en tanto comparten un significado similar.

Así las cosas, el consumidor promedio al encontrar los signos cotejados en un mismo mercado objetivo, y al evidenciar que comparten elementos nominales principales, los cuales contienen mayores semejanzas que diferencias, es posible que no pueda individualizarlos, sino que por el contrario pueda asociarlos a un mismo origen cuando en realidad se trata de empresarios distintos. Razón por la cual, existe el riesgo de que los consumidores lleguen a considerar que el signo solicitado es una variación y/o innovación de las marcas registradas y que, por lo tanto, provienen del mismo origen empresarial.

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 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 servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

44: Servicios médicos; cuidados de higiene y belleza para seres humanos. Orientación médica en materia de estrés, servicios de masaje para el alivio del estrés en la oficina, servicios de evaluación de riesgos psicológicos e información sobre las modificaciones del comportamiento y la gestión del estrés. Servicios clínicos homeopáticos. Servicios de medicina alternativa, servicios médicos alternativos. Servicios de chequeo de salud mental, servicios de control de la salud mental, servicios de examen de salud mental, servicios de exámenes de salud mental, servicios de exploración de la salud mental, servicios de salud mental, consultoría sobre salud mental y bienestar, servicios de evaluación de la personalidad [servicios de salud mental], suministro de información sobre salud mental y bienestar, servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como

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 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° SD2025/0012887

cuidados cosméticos para el cuerpo. Acupuntura, acupuntura auricular, suministro de información sobre acupuntura, servicios de quiropráctica, fisioterapia, acupuntura, osteopatía, medicina deportiva, masajes y para medicina. Consultoría en psicología integral. Servicios de terapia del insomnio, terapias contra el insomnio. Servicios de cuidados paliativos. Terapia psicoanalítica, terapia psicodinámica, apoyo, orientación y terapia psicológicos, servicios de psicoterapia y de terapias ocupacionales, servicios de terapia por; meditación [servicios de psicoterapia], orientación sobre psicología holística y terapias ocupacionales servicios de terapia por meditación en cuanto servicios de psicoterapia, terapia musical para fines físicos, psicológicos y cognitivos, servicios de asesoramiento y consultoría de estilo de vida [terapia psicológica]. Servicios médicos de orientación médica, asistencia médica, atención médica, chequeos médicos, consultas médicas, exámenes médicos, exploración médica, información médica, pruebas médicas, reconocimientos médicos, servicios médicos, asistencia médica ambulatoria. Atención psicológica, consultas psicológicas, evaluaciones psicológicas, exámenes psicológicos, orientación psicológica, servicios de psicólogo, servicios de psicólogos, tratamientos psicológicos, elaboración de informes psicológicos, elaboración de perfiles psicológicos, elaboración de perfiles psicológicos para uso médico, evaluación de personalidad con fines psicológicos, evaluaciones y exámenes psicológicos, preparación de perfiles psicológicos, realización de test psicológicos de personalidad, servicios de asesoramiento psicológico, servicios de atención psicológica, servicios de diagnóstico psicológico, servicios de evaluaciones psicológicas, servicios de evaluación psicológica, servicios de; exámenes psicológicos, servicios de hipnoterapia para uso psicológico, servicios de orientación psicológica, servicios de pruebas psicológicas para uso médico, servicios de test psicológicos, servicios de test psicológicos para uso médico, servicios de tratamientos psicológicos, servicios médicos de orientación psicológica, terapia psicológica para niños, test psicológicos con fines médicos, apoyo, orientación y terapia psicológicos, orientación psicológica y sobre estilos de vida, preparación de perfiles psicológicos con una finalidad médica, puesta a disposición de tratamientos psicológicos, servicios de consultoría médica y psicológica, servicios de evaluaciones y exámenes psicológicos, servicios de hipnoterapia para uso médico o psicológico, servicios de meditación con fines de atención psicológica, servicios de meditación para el tratamiento de atención psicológica, servicios de orientación psicológica en el ámbito de los deportes, musicoterapia con fines físicos, psicológicos y cognitivos, suministro de información sobre orientación y tratamiento psicológicos, terapia musical para fines físicos, psicológicos y cognitivos, servicios de asesoramiento y consultoría de estilo de vida [terapia psicológica], servicios de evaluación de riesgos psicológicos e información sobre las modificaciones del comportamiento y la gestión del estrés.

Los signos registrados identifican los siguientes servicios:

Expediente SD2022/0013141, Clase 44: Tratamientos de higiene y de belleza para personas; Servicios de Spa; Servicios de tratamientos de salud; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de centro de flotación [entendidos como servicios de tratamientos de salud]; consultoría sobre salud; servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como cuidados cosméticos para el cuerpo; alquiler de equipos para tratamientos médicos y sanitarios; orientación sobre psicología holística y terapias ocupacionales; terapia física; terapia ocupacional; terapias de belleza; terapias de trabajo corporal; servicios de fisioterapia [terapia física]; servicios de terapia de masaje; servicios de psicología individuales o en grupo; asistencia.

SD2017/001051, Clase 44: Tratamientos de higiene y de belleza para personas; Servicios de Spa; Servicios de tratamientos de salud; servicios de tratamientos de salud y de belleza

Ref. Expediente N° SD2025/0012887

prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de centro de flotación [entendidos como servicios de tratamientos de salud]; consultoría sobre salud; servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como cuidados cosméticos para el cuerpo; alquiler de equipos para tratamientos médicos y sanitarios; orientación sobre psicología holística y terapias ocupacionales.

Conexidad competitiva servicios de la Clase 44 internacional (Criterio de Razonabilidad)

Una vez analizada la cobertura pretendida por el signo solicitado, esta Dirección encuentra que existe un estrecho vínculo entre los servicios que la marca solicitada pretende identificar en la clase 44, con los servicios que los signos registrados identifican en la misma clase, a saber, *"Tratamientos de higiene y de belleza para personas; Servicios de Spa; Servicios de tratamientos de salud; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de centro de flotación [entendidos como servicios de tratamientos de salud]; consultoría sobre salud; servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como cuidados cosméticos para el cuerpo (...)"*, entre otros, y *"Tratamientos de higiene y de belleza para personas; Servicios de Spa; Servicios de tratamientos de salud; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de centro de flotación [entendidos como servicios de tratamientos de salud]; consultoría sobre salud; servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como cuidados cosméticos para el cuerpo (...)"*, toda vez que se trata de servicios relacionados con la salud física y mental, la higiene y la belleza.

En efecto, la marca solicitada en el presente caso pretende identificar los siguientes servicios de la clase 44 *"Tratamientos de higiene y de belleza para personas; Servicios de Spa; Servicios de tratamientos de salud; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; servicios de centro de flotación [entendidos como servicios de tratamientos de salud]; consultoría sobre salud; servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como cuidados cosméticos para el cuerpo; alquiler de equipos para tratamientos médicos y sanitarios (...)"*, entre otros. Sobre el particular, el consumidor, considerando las dinámicas del mercado, podría asumir como razonable⁶ que tanto los servicios pretendidos por el signo solicitado, como los servicios que protegen las marcas fundamento de la negación, provienen del mismo empresario.

En concreto, el consumidor podría establecer de manera errada que los signos pertenecen a un mismo esquema empresarial, encontrando razonable que quiénes prestan servicios relacionados con la higiene, belleza, la psicología y la salud, eventualmente también incluyan dentro de su portafolio de negocios la prestación de los servicios que la marca solicitada pretende reivindicar y que también se encuentran relacionados con la salud física y mental, así como el bienestar integral. Lo anterior, toda vez que es común que los todos estos servicios sean ofrecidos y publicitados a través de los mismos medios, así como que sean dirigidos a un mismo tipo de consumidor.

⁶ La Posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen de un mismo empresario (razonabilidad): Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad de 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."; Comunidad Andina de Naciones; Proceso 100-IP-2018; Consultante: Consejo de Estado de la República de Colombia, Sección Primera; Signos Involucrados: LA MISMA STEAK & LOBSTER (MIXTO) / CAFÉ LA MINA (MIXTO); Quito; 14 de junio de 2018; Expediente Interno del Consultante: 2012-00237-00; Magistrada Ponente: Cecilia Luisa Ayllón Quinteros. Págs.: 11-12

Ref. Expediente N° SD2025/0012887

Teniendo en cuenta lo anterior, y la similitud analizada entre los signos cotejados, esta Dirección considera que la coincidencia entre los mismos es relevante, generando una confusión indirecta, pues el consumidor podría creer erradamente que las marcas en conflicto distinguen servicios que proceden del mismo empresario o que el signo solicitado es una variación de los registrados.

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 CENTRO ANTIANSIEDAD Y ANTIESTRÉS GRAVITY (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por INVERSIONES GRAVITY 187 C.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a INVERSIONES GRAVITY 187 C.A., 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.

⁷ 44: Servicios médicos; cuidados de higiene y belleza para seres humanos. Orientación médica en materia de estrés, servicios de masaje para el alivio del estrés en la oficina, servicios de evaluación de riesgos psicológicos e información sobre las modificaciones del comportamiento y la gestión del estrés. Servicios clínicos homeopáticos. Servicios de medicina alternativa, servicios médicos alternativos. Servicios de chequeo de salud mental, servicios de control de la salud mental, servicios de examen de salud mental, servicios de exámenes de salud mental, servicios de exploración de la salud mental, servicios de salud mental, consultoría sobre salud mental y bienestar, servicios de evaluación de la personalidad [servicios de salud mental], suministro de información sobre salud mental y bienestar, servicios prestados por balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y mental, incluidos masajes, tratamientos faciales y corporales, así como cuidados cosméticos para el cuerpo. Acupuntura, acupuntura auricular, suministro de información sobre acupuntura, servicios de quiropráctica, fisioterapia, acupuntura, osteopatía, medicina deportiva, masajes y para medicina. Consultoría en psicología integral. Servicios de terapia del insomnio, terapias contra el insomnio. Servicios de cuidados paliativos. Terapia psicoanalítica, terapia psicodinámica, apoyo, orientación y terapia psicológicos, servicios de psicoterapia y de terapias ocupacionales, servicios de terapia por; meditación [servicios de psicoterapia], orientación sobre psicología holística y terapias ocupacionales servicios de terapia por meditación en cuanto servicios de psicoterapia, terapia musical para fines físicos, psicológicos y cognitivos, servicios de asesoramiento y consultoría de estilo de vida [terapia psicológica]. Servicios médicos de orientación médica, asistencia médica, atención médica, chequeos médicos, consultas médicas, exámenes médicos, exploración médica, información médica, pruebas médicas, reconocimientos médicos, servicios médicos, asistencia médica ambulatoria. Atención psicológica, consultas psicológicas, evaluaciones psicológicas, exámenes psicológicos, orientación psicológica, servicios de psicólogo, servicios de psicólogos, tratamientos psicológicos, elaboración de informes psicológicos, elaboración de perfiles psicológicos, elaboración de perfiles psicológicos para uso médico, evaluación de personalidad con fines psicológicos, evaluaciones y exámenes psicológicos, preparación de perfiles psicológicos, realización de test psicológicos de personalidad, servicios de asesoramiento psicológico, servicios de atención psicológica, servicios de diagnóstico psicológico, servicios de evaluaciones psicológicas, servicios de evaluación psicológica, servicios de; exámenes psicológicos, servicios de hipnoterapia para uso psicológico, servicios de orientación psicológica, servicios de pruebas psicológicas para uso médico, servicios de test psicológicos, servicios de test psicológicos para uso médico, servicios de tratamientos psicológicos, servicios médicos de orientación psicológica, terapia psicológica para niños, test psicológicos con fines médicos, apoyo, orientación y terapia psicológicos, orientación psicológica y sobre estilos de vida, preparación de perfiles psicológicos con una finalidad médica, puesta a disposición de tratamientos psicológicos, servicios de consultoría médica y psicológica, servicios de evaluaciones y exámenes psicológicos, servicios de hipnoterapia para uso médico o psicológico, servicios de meditación con fines de atención psicológica, servicios de meditación para el tratamiento de atención psicológica, servicios de orientación psicológica en el ámbito de los deportes, musicoterapia con fines físicos, psicológicos y cognitivos, suministro de información sobre orientación y tratamiento psicológicos, terapia musical para fines físicos, psicológicos y cognitivos, servicios de asesoramiento y consultoría de estilo de vida [terapia psicológica], servicios de evaluación de riesgos psicológicos e información sobre las modificaciones del comportamiento y la gestión del estrés.

Ref. Expediente N° SD2025/0012887

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 28 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS