

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 91104

Ref. Expediente N° SD2025/0003994

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 20 de enero de 2025, MILTON VLADIMIR MARIN JARAMILLO, PAULA ANDREA TORO DEL VALLE, solicitó el registro de la Marca Laboratorios Medic Stetic (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1059, 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 irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

¹ 5: Aceites medicinales; aceites medicamentosos; aceites para el cuidado de la piel, medicinales; aceites para el tratamiento de la micosis; aceites para uso médico; aceites, que no sean aceites esenciales, para uso médico; aceites y sales de baño para uso médico; aconitina; adhesivos médicos para suturar heridas; adhesivos médicos para suturar tejidos internos; aditivos alimentarios medicinales para uso farmacéutico; adyuvantes para uso médico; agua blanca; agua de mar para baños medicinales; agua de melisa para uso farmacéutico; aguas minerales para uso médico; aguas termales; alcaloides para uso médico; alcoholes medicinales; alcohol para uso farmacéutico; alginatos para uso farmacéutico; algodón antiséptico; aminoácidos para uso médico; aminoácidos para uso veterinario; antibióticos; antiarrítmicos; anticonceptivos químicos; antiinflamatorios; aplicadores en barra para aliviar el dolor de cabeza; antisépticos; azúcar para uso médico; bálsamo anticongelante para uso farmacéutico; bálsamos para uso médico; baños de oxígeno; bebidas dietéticas para uso médico; bicarbonato de soda para uso farmacéutico; calmantes; cánnabis para uso médico; cápsulas para adelgazar; cápsulas para medicamentos; caramelos medicinales; carbón vegetal para uso farmacéutico; carbonilo [antiparasitario]; células madre para uso médico; cementos dentales; champús en seco medicinales; champús insecticidas para animales; champús medicinales; compresas [vendas]; cortezas para uso farmacéutico; cremas medicamentosas para hidratar la piel; cremas medicamentosas para la hidratación de la piel; cremas medicamentosas para la protección de la piel; cremas medicinales; cremas medicinales para el cuidado de la piel; cremas para el acné en cuanto productos farmacéuticos; cremas para el acné en cuanto preparaciones farmacéuticas; cremas para el acné [preparaciones farmacéuticas]; cremas para el acné [productos farmacéuticos]; cremas para el cuidado de la piel, medicinales; cremas para la piel con hidrocortisona para uso dermatológico; desinfectantes; desinfectantes para uso higiénico; esponjas vulnerarias; ésteres de celulosa para uso farmacéutico; gelatina para uso médico; geles de masaje para uso médico; grasas para uso médico; gomas para uso médico; infusiones medicinales; jabones antibacterianos; jabones desinfectantes; jabones medicinales; jeringas prellenadas para uso médico; lápices cáusticos; levadura para uso farmacéutico; lociones capilares medicinales; lociones faciales medicinales; lociones dermatológicas; lociones de protección contra plantas venenosas; lociones medicinales; lociones medicinales para después del afeitado; lodo para baños; lodos medicinales; suplementos alimenticios a base de semillas de lino.



Ref. Expediente N° SD2025/0003994

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.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registradas

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

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° SD2025/0003994

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	me mediestética	MEDIESTETICA S.A.	14093905	10	44	Marca	Registrada	23 septiembre 2034
Mixta	me mediestetica	MEDIESTETICA S.A.	15052501	10	3	Marca	Registrada	12 mayo 2035
Mixta	me mediestética	MEDIESTETICA S.A.	16089020	10	3	Marca	Registrada	09 mayo 2027
Mixta	MEDIESTETICA	MEDIESTETICA S.A.	04090794	8	35	Marca	Registrada	10 octubre 2025
Mixta	mediestética Pharma	MEDIESTETICA S.A.	12167387	9	35	Marca	Registrada	10 mayo 2033
Mixta	me mediestética	MEDIESTETICA S.A.	12168092	9	35	Marca	Registrada	26 febrero 2033
Nominativa	OBESTAR MEDIESTETICA	MEDIESTETICA S.A.	08061492	9	5	Marca	Registrada	29 diciembre 2028
Mixta	ZELL REGENERATOR MEDIESTETICA	MEDIESTETICA S.A.	08061488	9	5	Marca	Registrada	18 febrero 2030
Mixta	mediestética Pharma	MEDIESTETICA S.A.	12167388	9	5	Marca	Registrada	26 febrero 2033
Mixta	MEDIESTETICA S.A.	MEDIESTETICA S.A.	06128255	8	5	Marca	Registrada	29 junio 2027
Mixta	MULTI-MINERAL KOMPLEX MEDIESTETICA	MEDIESTETICA S.A.	08061484	9	5	Marca	Registrada	29 diciembre 2028
Mixta	LIPODRENE MEDIESTETICA	MEDIESTETICA S.A.	08061480	9	5	Marca	Registrada	23 agoto 2030



Ref. Expediente N° SD2025/0003994

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	
	
	
	
	
	
	OBESTAR MEDIESTETICA



Ref. Expediente N° SD2025/0003994

	 
	
	
	 
	 

Jurisprudencia

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

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o



Ref. Expediente N° SD2025/0003994

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. 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”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **‘LABORATORIOS MEDIC STETIC’**, se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

Esta Dirección establece que los signos analizados son similarmente confundibles en su elemento preponderante y de relevante carga distintiva **MEDIC STETIC / MEDIESTETICA**, desde su análisis ortográfico, fonético y conceptual.

Como se observa, el elemento distintivo del signo solicitado **MEDIC STETIC** reproduce la secuencia de consonantes y vocales **M – E – D – I – S – T – E – T – I – C**, presente en el elemento prevalente y común a la familia de marcas registradas **MEDIESTETICA**, sin que la supresión de la vocal intermedia **E**, la vocal final **A**, y la incorporación de la consonante **C**, sean derroteros de diferenciación, dado que se mantiene la percepción similar que generan los signos al apreciarlos en conjunto.

Así mismo, desde el punto de vista fonético, al pronunciar los elementos similares **MEDIC STETIC** y **MEDIESTETICA**, el ejercicio de articulación es muy similar, teniendo en cuenta la coincidencia en las raíces **MEDI** y **STETIC**, cuyos fonemas comparten una disposición similar en los conjuntos.

Finalmente, se observa que, al apreciar los signos, el consumidor concebirá una idea análoga entre estos, considerando su similitud ideológica al construirse por las expresiones **MEDIC/MEDI** (alusivo a lo médico) y **STETIC/ESTETICA**, con evidente proximidad a lo estético, las cuales, aunque ambos elementos aisladamente considerados son inapropiables en exclusiva, lo cierto es que la combinación de estas expresiones no

Ref. Expediente N° SD2025/0003994

lo es, siendo las marcas registradas las únicas que se construyen exclusivamente por esta combinación para los productos y servicios amparados.

Ante ello, se precisa que el componente gráfico no proporciona suficiente distintividad a la marca solicitada como para lograr establecer que, con su aparente fuerza diferenciadora, se lograría diluir la manifiesta confusión a la que se enfrentaría el consumidor ante la concurrencia de los signos en el mercado.

Al respecto se debe poner de presente que, la inclusión de forma reiterada de la misma expresión en buena parte de las marcas de un mismo titular permite concluir que se está en presencia de una familia de marcas, entendida ésta como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común un conjunto de productos o servicios con finalidades similares o afines.

En este sentido, la protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten aquel rasgo común y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo elemento (prefijo o sufijo) para bienes o prestaciones similares o relacionados, tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos o servicios que identifica. Por lo tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto o servicios por la calidad que ya conoce.

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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 5: Aceites medicinales; aceites medicamentosos; aceites para el cuidado de la piel, medicinales; aceites para el tratamiento de la micosis; aceites para uso médico; aceites, que no sean aceites esenciales, para uso médico; aceites y sales de baño para uso médico; aconitina; adhesivos médicos para suturar heridas; adhesivos médicos para

⁴ 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° SD2025/0003994

suturar tejidos internos; aditivos alimentarios medicinales para uso farmacéutico; adyuvantes para uso médico; agua blanca; agua de mar para baños medicinales; agua de melisa para uso farmacéutico; aguas minerales para uso médico; aguas termales; alcaloides para uso médico; alcoholes medicinales; alcohol para uso farmacéutico; alginatos para uso farmacéutico; algodón antiséptico; aminoácidos para uso médico; aminoácidos para uso veterinario; antibióticos; antiarrítmicos; anticonceptivos químicos; antiinflamatorios; aplicadores en barrita para aliviar el dolor de cabeza; antisépticos; azúcar para uso médico; bálsamo anticongelante para uso farmacéutico; bálsamos para uso médico; baños de oxígeno; bebidas dietéticas para uso médico; bicarbonato de soda para uso farmacéutico; calmantes; cánnabis para uso médico; cápsulas para adelgazar; cápsulas para medicamentos; caramelos medicinales; carbón vegetal para uso farmacéutico; carbonilo [antiparasitario]; células madre para uso médico; cementos dentales; champús en seco medicinales; champús insecticidas para animales; champús medicinales; compresas [vendajes]; cortezas para uso farmacéutico; cremas medicamentosas para hidratar la piel; cremas medicamentosas para la hidratación de la piel; cremas medicamentosas para la protección de la piel; cremas medicinales; cremas medicinales para el cuidado de la piel; cremas para el acné en cuanto productos farmacéuticos; cremas para el acné en cuanto preparaciones farmacéuticas; cremas para el acné [preparaciones farmacéuticas]; cremas para el acné [productos farmacéuticos]; cremas para el cuidado de la piel, medicinales; cremas para la piel con hidrocortisona para uso dermatológico; desinfectantes; desinfectantes para uso higiénico; esponjas vulnerarias; ésteres de celulosa para uso farmacéutico; gelatina para uso médico; geles de masaje para uso médico; grasas para uso médico; gomas para uso médico; infusiones medicinales; jabones antibacterianos; jabones desinfectantes; jabones medicinales; jeringas prellenadas para uso médico; lápices cáusticos; levadura para uso farmacéutico; lociones capilares medicinales; lociones faciales medicinales; lociones dermatológicas; lociones de protección contra plantas venenosas; lociones medicinales; lociones medicinales para después del afeitado; lodo para baños; lodos medicinales; suplementos alimenticios a base de semillas de lino.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 14093905 Clase 44: Servicios médicos y estéticos; tratamientos de belleza para personas. centro de estética.

Expediente 15052501 Clase 3: Productos cosméticos, jabones, productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; dentífricos. productos cosméticos para la belleza y el cuidado personal.

Expediente 16089020 Clase 3: Cremas faciales. geles y cremas limpiadoras. mascarillas, despigmentantes, cremas contorno de ojos, lociones, lociones tónicas, humectantes, protectores solares, aceites, emulsiones, geles, exfoliantes, humectantes extra hidratantes, espumas y ácidos cosméticos.

Expediente 04090794 Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de comercialización, importación, exportación, compra y venta de mercancías, especialmente de medicamentos, cosméticos, preparaciones farmacéuticas a base de recursos naturales, productos para la estética y la belleza, de aseo, higiene y limpieza y otros productos de uso doméstico.

Expediente 12167387 Clase 35: Compra, venta, importación, exportación y comercialización de productos farmacéuticos, médicos, cosméticos; publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; participación en ferias y eventos publicitarios del sector belleza y salud; servicios de venta al por menor, servicios de catálogos para ordenar por correo y servicios de tienda en línea que ofrece

Ref. Expediente N° SD2025/0003994

productos para el cuidado personal; gestión de publicidad: propagandas en radio, periódicos, televisión y material impreso, como flyer, folletos, plegables, tarjetas de presentación, catálogos; exportación, importación y distribución de productos farmacéuticos y cosméticos.

Expediente 12168092 Clase 35: Compra, venta, importación, exportación y comercialización de productos farmacéuticos, médicos, cosméticos, publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; participación en ferias y eventos publicitarios del sector belleza y salud; servicios de venta al por menor, servicios de catálogos para ordenar por correo y servicios de tienda en línea que ofrece productos para el cuidado personal; gestión de publicidad: propagandas en radio, periódicos, televisión y material impreso, como flyer, folletos, plegables, tarjetas de presentación, catálogos; exportación, importación y distribución de productos farmacéuticos y cosméticos.

Expediente 08061492 Clase 5: Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas.

Expediente 08061488 Clase 5: Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas.

Expediente 12167388 Clase 5: Productos farmacéuticos de uso en el sector médico - estético.

Expediente 06128255 Clase 5: Productos higiénicos para la medicina; estuches portátiles para medicamentos; emplastos, material para apósitos; polvos para uso farmacéuticos; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; productos farmacéuticos y veterinarios; material para empastar los dientes y para improntas dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Expediente 08061484 Clase 5: Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas.

Expediente 08061480 Clase 5: Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas.

Conexidad competitiva entre productos de la Clase 5 Internacional (Razonabilidad)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de

Ref. Expediente N° SD2025/0003994

la similitud entre los signos confrontados, toda vez que identifican productos que guardan una estrecha relación y que se encuentran ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

Así, y en atención a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección establece que la cobertura solicitada no sólo pertenece a la misma clase de la cobertura protegida, sino que presenta una relación competitiva de género (registradas) especie (solicitada), en la medida que los bienes pretendidos hacen parte de la generalidad de elementos que identifican los signos antecedentes, relacionados con productos farmacéuticos, productos higiénicos para la medicina y sustancias dietéticas, concluyéndose que estos comparten una misma naturaleza, destinación y a menudo, canales de comercialización.

Dada la referida conexión sumada a las similitudes entre los signos se configura un riesgo real de que el usuario establezca asociaciones erradas respecto del origen empresarial de los bienes.

Conexidad competitiva entre productos de las Clases 5 y 3 Internacional (Razonabilidad)

Continuando con el análisis, se advierte que, aunque los signos confrontados identifican productos comprendidos en diferentes clases del nomenclador internacional, se logra vislumbrar que existe entre ellos una conexión estrecha y directa, al compartir su naturaleza y finalidad.

Lo anterior, toda vez que usualmente son ofrecidos al consumidor productos cosméticos y para el cuidado personal con componentes farmacéuticos y/o médicos, utilizados con fines curativos, o de mitigación y tratamiento de enfermedades. Así pues, es razonable que el consumidor promedio considere erradamente que el empresario que ofrece los productos para el cuidado de la piel que ya conoce, haya decidido aumentar su participación comercial con la puesta a disposición de nuevos artículos en el mercado con un componente médico, generándose con esto la idea de que unos y otros comparten el mismo origen empresarial.

Sumado a las anteriores circunstancias, estos productos pueden llegar a compartir los mismos canales de comercialización, promoción y publicidad, configurando así una mayor conexidad competitiva, siendo normal encontrar en el mercado establecimientos especializados en el ofrecimiento de artículos cosméticos y farmacéuticos para el tratamiento y cuidado de la piel; generando con esto la equivocada noción de que se trata de productos que provienen de un solo empresario o que el signo que se pretende registrar constituye una innovación de la marca que sirve de antecedente.

Conexidad competitiva entre productos de la Clase 5 y servicios de la Clase 35 Internacional (Razonabilidad)

Para esta Dirección existe conexión competitiva bajo el principio antes mencionado entre las clases en comento, en la medida que la mente del consumidor puede asociar un mismo origen empresarial entre los productos solicitados en la clase 5 internacional referentes a elementos de aseo y farmacéuticos y los servicios pertenecientes a la clase 35 internacional, los cuales se relacionan con la comercialización de los productos de la clase 5 en mención.

Sumado a lo anterior, los canales por medio de los cuales se ponen al alcance del público bienes farmacéuticos y de higiene, pertenecientes a la clase 5 internacional se encuentran protegidos mediante la clase 35 en comento, por ende, es razonable que el consumidor al observar la similitud de los signos y la destinación que tiene estos en el mercado, los puedan relacionar con el portafolio de un mismo empresario, lo que generaría riesgo de confusión y/o asociación entre productos y servicios con orígenes empresariales disímiles.

Ref. Expediente N° SD2025/0003994

Conexidad competitiva entre productos de la Clase 5 y servicios de la Clase 44 (Razonabilidad - Complementariedad)

Finalmente, concluye esta Dirección que existe conexión competitiva bajo los principios de razonabilidad y complementariedad, entre los productos pretendidos de la clase 5 internacional y los servicios de la clase 44 internacional, tomando en cuenta que es habitual encontrar establecimientos de comercio que se dedican a proveer servicios médicos, y provean en estas mismas locaciones, productos farmacéuticos, pudiendo el consumidor concluir, en atención a las similitudes denotadas entre los conjuntos, que estos comparten un mismo origen empresarial.

Ahora bien, existe complementariedad en el caso en comento, en la medida en que, para la prestación de los servicios del nomenclador 44 internacional, se hace necesario el uso de productos de la clase 5 internacional, al estar interrelacionados y cumplir un mismo fin que es mejorar la salud de los consumidores y tratar las distintas afectaciones médicas que estos puedan padecer.

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 Laboratorios Medic Stetic (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por MILTON VLADIMIR MARIN JARAMILLO, PAULA ANDREA TORO DEL VALLE, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a MILTON VLADIMIR MARIN

⁵ 5: Aceites medicinales; aceites medicamentosos; aceites para el cuidado de la piel, medicinales; aceites para el tratamiento de la micosis; aceites para uso médico; aceites, que no sean aceites esenciales, para uso médico; aceites y sales de baño para uso médico; aconitina; adhesivos médicos para suturar heridas; adhesivos médicos para suturar tejidos internos; aditivos alimentarios medicinales para uso farmacéutico; adyuvantes para uso médico; agua blanca; agua de mar para baños medicinales; agua de melisa para uso farmacéutico; aguas minerales para uso médico; aguas termales; alcaloides para uso médico; alcoholes medicinales; alcohol para uso farmacéutico; alginatos para uso farmacéutico; algodón antiséptico; aminoácidos para uso médico; aminoácidos para uso veterinario; antibióticos; antiarrítmicos; anticonceptivos químicos; antiinflamatorios; aplicadores en barra para aliviar el dolor de cabeza; antisépticos; azúcar para uso médico; bálsamo anticongelante para uso farmacéutico; bálsamos para uso médico; baños de oxígeno; bebidas dietéticas para uso médico; bicarbonato de soda para uso farmacéutico; calmantes; cánnabis para uso médico; cápsulas para adelgazar; cápsulas para medicamentos; caramelos medicinales; carbón vegetal para uso farmacéutico; carbonilo [antiparasitario]; células madre para uso médico; cementos dentales; champús en seco medicinales; champús insecticidas para animales; champús medicinales; compresas [vendas]; cortezas para uso farmacéutico; cremas medicamentosas para hidratar la piel; cremas medicamentosas para la hidratación de la piel; cremas medicamentosas para la protección de la piel; cremas medicinales; cremas medicinales para el cuidado de la piel; cremas para el acné en cuanto productos farmacéuticos; cremas para el acné en cuanto preparaciones farmacéuticas; cremas para el acné [preparaciones farmacéuticas]; cremas para el acné [productos farmacéuticos]; cremas para el cuidado de la piel, medicinales; cremas para la piel con hidrocortisona para uso dermatológico; desinfectantes; desinfectantes para uso higiénico; esponjas vulnerarias; ésteres de celulosa para uso farmacéutico; gelatina para uso médico; geles de masaje para uso médico; grasas para uso médico; gomas para uso médico; infusiones medicinales; jabones antibacterianos; jabones desinfectantes; jabones medicinales; jeringas prellenadas para uso médico; lápices cáusticos; levadura para uso farmacéutico; lociones capilares medicinales; lociones faciales medicinales; lociones dermatológicas; lociones de protección contra plantas venenosas; lociones medicinales; lociones medicinales para después del afeitado; lodo para baños; lodos medicinales; suplementos alimenticios a base de semillas de lino.

Resolución N° 91104

Ref. Expediente N° SD2025/0003994

JARAMILLO, PAULA ANDREA TORO DEL VALLE, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 6 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS