

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 95937

Ref. Expediente N° SD2025/0029410

Por la cual se niega un registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 4 de abril de 2025, el señor **HUMBERTO GASCA PLAZAS**, solicitó el registro de la Marca **PARAMÉDICOS DE COLOMBIA ATENCIÓN PREHOSPITALARIA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1064 del 7 de abril de 2025, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

¹ 44: Asesoramiento en materia de salud; asesoramiento sobre la salud; asesoramiento sobre la salud en el trabajo; consultoría en materia de servicios de salud; consultoría médica en materia de salud; estudios de evaluación de riesgos para la salud; evaluación de riesgos sobre la salud; evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; facilitación de información sobre salud; facilitación telefónica de informaciones relativas a la salud; gestión de riesgos para la salud; preparación de informes relativos a los cuidados de salud; servicios de centros de salud; servicios de centros de salud [servicios médicos]; servicios de clínicas de salud; servicios de consultoría en materia de asistencia médica prestados por médicos y otros profesionales de la salud; servicios de consultoría terapéutica y de rehabilitación en el ámbito de la salud y la seguridad en el trabajo; servicios de evaluación de la salud; servicios de evaluación de riesgos para la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; servicios de información en materia de servicios de salud; servicios de información sobre la salud en el trabajo; servicios de información y consultoría sobre la salud en el trabajo; servicios de salud; servicios de salud a domicilio; servicios de salud en el trabajo; servicios de salud para personas; servicios de salud y de belleza; servicios de salud y de belleza para personas; servicios de tratamientos de salud y de belleza; servicios de una clínica de salud; servicios médicos de clínicas de salud; servicios sobre la salud en el trabajo; suministro de información en materia de salud; suministro de información sobre la salud en el trabajo; suministro de información sobre salud; suministro de informaciones médicas en el ámbito de la salud; suministro de servicios de salud; suministro de servicios de salud a domicilio; análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; asesoramiento médicos para personas con discapacidad; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico médico; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico y el tratamiento médicos; prestación de servicios médicos; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios de cuidados médicos; servicios de médicos; servicios de tratamientos médicos prestados por clínicas y hospitales; servicios médicos; servicios médicos de orientación médica; servicios médicos y de asistencia sanitaria; servicios médicos y de atención sanitaria; servicios médicos y de enfermería para ancianos; servicios paramédicos; servicios prestados por médicos; suministro de información sobre servicios médicos; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos médicos para personas; suministro de tratamientos médicos; asistencia de enfermería a domicilio; cuidado de enfermeros; cuidados de enfermería; servicios de auxiliar de enfermería a domicilio; servicios de cuidado de enfermeros; servicios de cuidados de enfermería; servicios de cuidados de enfermería a domicilio; servicios de enfermería a domicilio; servicios de enfermeros; suministro de cuidado de enfermeros; suministro de cuidados de enfermería; suministro de información sobre servicios de enfermería.



Ref. Expediente N° SD2025/0029410

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.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado para identificar servicios de la clase 44 Internacional:

Confundibilidad con marca previamente registrada

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. (...).⁴

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° SD2025/0029410

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	ParaMedic de Colombia	HOME SALUD S.A.S	SD2018/0093567	11	44	Marca	Registrada	14/01/2030

Los signos a comparar son los siguientes:



Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**PARAMÉDICOS DE COLOMBIA ATENCIÓN PREHOSPITALARIA**” en tipografía simple y ubicada en franjas curvas en los extremos superior e inferior del signo, rodeando una figura en un círculo central que incluye una cruz y la silueta de una serpiente alrededor de un bastón.



Por su parte, el signo antecedente es de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**ParaMedic de Colombia**”, representada en una tipografía relativamente simple junto a la figura de una cruz dividida por una línea y 3 colores.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

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

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o

Ref. Expediente N° SD2025/0029410

*más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)*⁴.

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

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

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

Comparación entre marcas mixtas y nominativas:

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0029410

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos.

A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- I. Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo, forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- II. Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”*

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en las marcas previamente registradas predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

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

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

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

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

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

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁵

Análisis comparativo

Habiéndose establecido la naturaleza de los signos en cotejo, esta Dirección debe precisar que, si bien los signos forman una conjunción de elementos que no es susceptible de ser dividida en sus partes y que debe ser analizada en su conjunto, ello no obsta para

⁵ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0029410

que, dentro del conjunto marcario, se analicen aquellos componentes que ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor, pues dicho análisis es necesario para determinar si los signos son susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación.

Al analizar los signos confrontados, se observa que es el elemento nominativo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios reivindicados con estos signos y debido a la fuerza natural y recordación que tienen las palabras en la mente de los consumidores.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica, fonética y conceptualmente similares, comoquiera que el signo solicitado “**PARAMÉDICOS DE COLOMBIA ATENCIÓN PREHOSPITALARIA**” reproduce el elemento distintivo de la denominación antecedente “**PARAMEDIC DE COLOMBIA**” sin que los elementos gráficos o el cambio de la expresión **PARAMEDIC** por **PARAMÉDICOS** otorgue distintividad al tratarse de la misma expresión aunque traducida al idioma inglés y al solo variar en sus últimas dos letras.

En efecto, esta Dirección encuentra que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente. En efecto, los signos son idénticos en el campo ideológico, al evocar exactamente la misma idea o concepto respecto de servicios de paramédicos en Colombia.

A este respecto, 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 las mismas. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

Por otro lado, la inclusión de la expresión “**ATENCIÓN PREHOSPITALARIA**” resulta secundaria en tanto meramente explicativo respecto de los servicios confrontados, lo cual hará que el consumidor al ver ambos signos, se fije en las similitudes previamente mencionadas, e inevitablemente los confunda o los asocie como provenientes del mismo origen empresarial al compartir prácticamente la misma denominación distintiva expresión “**PARAMÉDICOS DE COLOMBIA / PARAMEDIC DE COLOMBIA**”.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado corresponde al mismo del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado

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 servicios⁶.

⁶ 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

Ref. Expediente N° SD2025/0029410

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

(44): Asesoramiento en materia de salud; asesoramiento sobre la salud; asesoramiento sobre la salud en el trabajo; consultoría en materia de servicios de salud; consultoría médica en materia de salud; estudios de evaluación de riesgos para la salud; evaluación de riesgos sobre la salud; evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; facilitación de información sobre salud; facilitación telefónica de informaciones relativas a la salud; gestión de riesgos para la salud; preparación de informes relativos a los cuidados de salud; servicios de centros de salud; servicios de centros de salud [servicios médicos]; servicios de clínicas de salud; servicios de consultoría en materia de asistencia médica prestados por médicos y otros profesionales de la salud; servicios de consultoría terapéutica y de rehabilitación en el ámbito de la salud y la seguridad en el trabajo; servicios de evaluación de la salud; servicios de evaluación de riesgos para la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; servicios de información en materia de servicios de salud; servicios de información sobre la salud en el trabajo; servicios de información y consultoría sobre la salud en el trabajo; servicios de salud; servicios de salud a domicilio; servicios de salud en el trabajo; servicios de salud para personas; servicios de salud y de belleza; servicios de salud y de belleza para personas; servicios de tratamientos de salud y de belleza; servicios de una clínica de salud; servicios médicos de clínicas de salud; servicios sobre la salud en el trabajo; suministro de información en materia de salud; suministro de información sobre la salud en el trabajo; suministro de información sobre salud; suministro de informaciones médicas en el ámbito de la salud; suministro de servicios de salud; suministro de servicios de salud a domicilio; análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; asesoramiento médicos para personas con discapacidad; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico médico; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico y el tratamiento médicos; prestación de servicios médicos; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios de cuidados médicos; servicios de médicos; servicios de tratamientos médicos prestados por clínicas y hospitales; servicios médicos; servicios médicos de orientación médica; servicios médicos y de asistencia sanitaria; servicios médicos y de atención sanitaria; servicios médicos y de enfermería para ancianos; servicios paramédicos; servicios prestados por médicos; suministro de información sobre servicios médicos; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos médicos para personas; suministro de tratamientos médicos; asistencia de enfermería a domicilio; cuidado de enfermeros; cuidados de enfermería; servicios de auxiliar de enfermería a domicilio; servicios de cuidado de enfermeros; servicios de cuidados de enfermería; servicios de cuidados de enfermería a domicilio; servicios de enfermería a domicilio; servicios de enfermeros; suministro de cuidado de enfermeros; suministro de cuidados de enfermería; suministro de información sobre servicios de enfermería.

Por su parte, el signo previamente registrado identifica:

(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° SD2025/0029410

Expediente

Servicios

SD2018/0093567 (44): Servicios médicos; servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales.

Análisis de conexidad competitiva de la clase 44° solicitada, frente a la clase 44° antecedente:

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso no se da ninguno de los presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación.

Género – especie: Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases sino productos y/o servicios y que en una misma clase se pueden encontrar productos y/o servicios 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 la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional (Clase. 44°).

Así dentro del grupo identificado por el signo registrado en la clase 44 Internacional como “Servicios médicos”, se pueden llegar a encontrar todos los servicios pretendidos por el signo solicitado en la misma clase: “Asesoramiento en materia de salud; asesoramiento sobre la salud; asesoramiento sobre la salud en el trabajo; consultoría en materia de servicios de salud; consultoría médica en materia de salud; estudios de evaluación de riesgos para la salud; evaluación de riesgos sobre la salud; evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; facilitación de información sobre salud; facilitación telefónica de informaciones relativas a la salud; gestión de riesgos para la salud; preparación de informes relativos a los cuidados de salud; servicios de centros de salud; servicios de centros de salud [servicios médicos]; servicios de clínicas de salud; servicios de consultoría en materia de asistencia médica prestados por médicos y otros profesionales de la salud; servicios de consultoría terapéutica y de rehabilitación en el ámbito de la salud y la seguridad en el trabajo; servicios de evaluación de la salud; servicios de evaluación de riegos para la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; servicios de información en materia de servicios de salud; servicios de información sobre la salud en el trabajo; servicios de información y consultoría sobre la salud en el trabajo; servicios de salud; servicios de salud a domicilio; servicios de salud en el trabajo; servicios de salud para personas; servicios de salud y de belleza; servicios de salud y de belleza para personas; servicios de tratamientos de salud y de belleza; servicios de una clínica de salud; servicios médicos de clínicas de salud; servicios sobre la salud en el trabajo; suministro de información en materia de salud; suministro de información sobre la salud en el trabajo; suministro de información sobre salud; suministro de informaciones médicas en el ámbito de la salud; suministro de servicios de salud; suministro de servicios de salud a domicilio; análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; asesoramiento médicos para personas con discapacidad; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico médico; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico y el tratamiento médicos; prestación de servicios médicos; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios de cuidados médicos; servicios de médicos; servicios de tratamientos médicos prestados por clínicas y hospitales; servicios médicos; servicios médicos de orientación médica; servicios médicos y de asistencia sanitaria; servicios

Ref. Expediente N° SD2025/0029410

médicos y de atención sanitaria; servicios médicos y de enfermería para ancianos; servicios paramédicos; servicios prestados por médicos; suministro de información sobre servicios médicos; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos médicos para personas; suministro de tratamientos médicos; asistencia de enfermería a domicilio; cuidado de enfermeros; cuidados de enfermería; servicios de auxiliar de enfermería a domicilio; servicios de cuidado de enfermeros; servicios de cuidados de enfermería; servicios de cuidados de enfermería a domicilio; servicios de enfermería a domicilio; servicios de enfermeros; suministro de cuidado de enfermeros; suministro de cuidados de enfermería; suministro de información sobre servicios de enfermería”.

Siendo entonces los bienes en contraposición, dirigidos a satisfacer las mismas necesidades, conllevando para la consecución de este propósito la misma infraestructura, especialidad, conocimiento y mismo tipo de consumidores; sino que al ser los mismos existe una presunción irrefutable sobre la existencia real de conexidad competitiva entre ellos, pues son productos idénticos

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 1: Negar el registro de la Marca **PARAMÉDICOS DE COLOMBIA ATENCIÓN PREHOSPITALARIA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por el señor **HUMBERTO GASCA PLAZAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁷ 44: Asesoramiento en materia de salud; asesoramiento sobre la salud; asesoramiento sobre la salud en el trabajo; consultoría en materia de servicios de salud; consultoría médica en materia de salud; estudios de evaluación de riesgos para la salud; evaluación de riesgos sobre la salud; evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; facilitación de información sobre salud; facilitación telefónica de informaciones relativas a la salud; gestión de riesgos para la salud; preparación de informes relativos a los cuidados de salud; servicios de centros de salud; servicios de centros de salud [servicios médicos]; servicios de clínicas de salud; servicios de consultoría en materia de asistencia médica prestados por médicos y otros profesionales de la salud; servicios de consultoría terapéutica y de rehabilitación en el ámbito de la salud y la seguridad en el trabajo; servicios de evaluación de la salud; servicios de evaluación de riesgos para la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud; servicios de evaluación de riesgos sobre la salud en el trabajo; servicios de información en materia de servicios de salud; servicios de información sobre la salud en el trabajo; servicios de información y consultoría sobre la salud en el trabajo; servicios de salud; servicios de salud a domicilio; servicios de salud en el trabajo; servicios de salud para personas; servicios de salud y de belleza; servicios de salud y de belleza para personas; servicios de tratamientos de salud y de belleza; servicios de una clínica de salud; servicios médicos de clínicas de salud; servicios sobre la salud en el trabajo; suministro de información en materia de salud; suministro de información sobre la salud en el trabajo; suministro de información sobre salud; suministro de informaciones médicas en el ámbito de la salud; suministro de servicios de salud; suministro de servicios de salud a domicilio; análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; asesoramiento médicos para personas con discapacidad; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico médico; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico y el tratamiento médicos; prestación de servicios médicos; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios de cuidados médicos; servicios de médicos; servicios de tratamientos médicos prestados por clínicas y hospitales; servicios médicos; servicios médicos de orientación médica; servicios médicos y de asistencia sanitaria; servicios médicos y de atención sanitaria; servicios médicos y de enfermería para ancianos; servicios paramédicos; servicios prestados por médicos; suministro de información sobre servicios médicos; suministro de servicios de tratamientos médicos, de higiene y de belleza para personas; suministro de servicios de tratamientos médicos para personas; suministro de tratamientos médicos; asistencia de enfermería a domicilio; cuidado de enfermeros; cuidados de enfermería; servicios de auxiliar de enfermería a domicilio; servicios de cuidado de enfermeros; servicios de cuidados de enfermería; servicios de cuidados de enfermería a domicilio; servicios de enfermería a domicilio; servicios de enfermeros; suministro de cuidado de enfermeros; suministro de cuidados de enfermería; suministro de información sobre servicios de enfermería.

Ref. Expediente N° SD2025/0029410

ARTÍCULO 2: Notificar de esta resolución al señor **HUMBERTO GASCA PLAZAS**, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO 3: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS