

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3808

Ref. Expediente N° SD2025/0034056

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 11 de abril de 2025, la sociedad **CENTRO DE ATENCION INTEGRAL DE HERIDAS CRONICAS COMPLEJAS SA**, solicitó el registro de la Marca **CAIHCRON** (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35 y 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066, la **ASOCIACIÓN PRO-BIENESTAR DE LA FAMILIA COLOMBIANA - PROFAMILIA** presentó oposición en Clase 35 con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

“En este sentido, la marca nominativa solicitada “CAIHCRON” presenta un alto grado de similitud con la marca registrada de mi poderdante, CAICLOS (Mixta), lo cual se evidencia en los aspectos denominativo y fonético. A ello se suma que ambas marcas se refieren a productos con afinidad competitiva, lo que refuerza el riesgo de confusión y asociación en el público consumidor.

Esta similitud en la unidad fonética global puede dar lugar a una percepción confusa o intercambiable en el consumidor medio, especialmente en contextos orales o de poca atención, como en ambientes comerciales cotidianos.

Las marcas en análisis comparten el lexema “CAI”, que constituye el núcleo semántico, fonético y conceptual de ambas denominaciones. Según la doctrina establecida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, la coincidencia en un mismo lexema incrementa sustancialmente el riesgo de confusión, dado que el consumidor tiende a asociar los signos con un mismo origen empresarial o con productos que comparten características funcionales, geográficas o comerciales.

Por su parte, los términos “CRON”- “CLOS”, como podemos ver, son similares. Esto hace que la percepción global de los signos sea marcadamente semejante desde el todo el punto de vista.

Uno de los criterios relevantes en el cotejo marcario es la secuencia de vocales contenida en los signos enfrentados, en la medida en que esta define de forma determinante la sonoridad general de la denominación. En el caso bajo estudio, se advierte una coincidencia sustancial en el orden vocálico de las expresiones “CAICLOS” y “CAIHCRON”, lo que contribuye a reforzar la similitud fonética entre ambos signos.

En particular, se observa que ambos signos comparten la secuencia de vocales A – I – O. Esta coincidencia en la estructura vocálica produce un efecto de ritmo fonético

¹ **35:** Servicios de venta minorista y mayorista de emplastos, material para apósitos, material para empastes e impresiones dentales; servicios de venta minorista o mayorista de preparaciones farmacéuticas; servicios de venta minorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos.

44: Servicios médicos; servicios médicos en el ámbito del tratamiento de dolores crónicos; servicios médicos en relación con el tratamiento del dolor crónico; servicios de terapia ocupacional; servicios de atención psicológica; orientación sobre estilos de vida; servicios de asesoramiento y de consultoría de estilo de vida [asesoramiento médico]; servicios de terapia de masaje miofascial; servicios de patología relacionados con el tratamiento de personas; pruebas médicas relacionadas con el diagnóstico y tratamiento de enfermedades; servicios de diagnóstico de enfermedades; servicios de tratamiento médico.

Ref. Expediente N° SD2025/0034056

similar, que puede inducir a error al consumidor medio, quien percibe y recuerda las marcas en función de su sonoridad más que de su análisis detallado o racional. De ahí que el orden vocálico coincidente tenga un valor decisivo en la configuración del riesgo de confusión, pues facilita la asociación mental entre signos que, aunque presenten ligeras diferencias morfológicas, comparten una musicalidad semejante.

En consecuencia, la identidad parcial en la secuencia vocálica entre “CAICLOS” y “CAIHCRON” constituye un elemento adicional que contribuye a la cercanía fonética y perceptiva de los signos, lo cual refuerza los argumentos que sustentan la existencia de un riesgo de confusión directa o indirecta en el mercado.

La comparación entre “CAICLOS” y “CAIHCRON” revela coincidencias estructurales, fonéticas, semánticas y de impacto comercial suficientemente significativas como para advertir una similitud lo suficiente para generar un riesgo de confusión directa e indirecta.

Aunque la marca “CAIHCRON” tiene un alcance más amplio, lo cierto es que, comparten servicios de venta minorista o mayorista de medicamentos, también incluye productos lácteos y quesos, que son directamente comparables con los productos bajo la marca CAICLOS (Mixta).

Así las cosas, el análisis de la conexidad competitiva debe ser realizado con base en los principios establecidos en la normativa y jurisprudencia aplicable, siguiendo los parámetros de comparación establecidos por la autoridad competente, como el Tribunal Andino. En este sentido, y con fundamento en los siguientes elementos, procedemos a argumentar nuestra oposición al registro de la marca “CAIHCRON”.

Que, dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **CENTRO DE ATENCION INTEGRAL DE HERIDAS CRONICAS COMPLEJAS SA**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Contrario a lo afirmado por la opositora, quien sostiene que “la marca nominativa solicitada “CAIHCRON” presenta un alto grado de similitud con la marca registrada de mi poderdante, CAICLOS (Mixta)” pasamos a demostrar que entre ambos signos no existe la similitud que se pretende hacer ver, sino que, por el contrario, presentan diferencias sustanciales que desvirtúan tal afirmación (...)

Aunque ambas marcas comparten la raíz “CAI”, este elemento no es distintivo por sí solo, pues carece de significado propio y no monopoliza el uso por ningún titular. Adicionalmente, aparece en múltiples combinaciones de marcas registradas en la clase 5 y 35 (...)

En “CAIHCRON”, la secuencia posterior a “CAI” está conformada por HCRON, incorporando las consonantes “H” —que, aunque carece de valor fonético, altera significativamente la apariencia visual—, “R” y “N”, todas ellas ausentes en la marca de la opositora, cuya terminación, en cuanto a consonantes, corresponde a “C – L – S”. Esta diferencia modifica sustancialmente la estructura ortográfica del signo.

La disposición de consonantes y vocales no es idéntica después de la raíz compartida, lo que cambia su aspecto ortográfico: en “CAIHCRON” hay una acumulación de consonantes centrales (HCR), mientras que en “CAICLOS” se alternan consonantes y vocales con mayor regularidad.

(...) se debe tener en cuenta que la identidad fonética se presenta cuando las marcas al ser pronunciadas tienen un sonido igual o similar, el cual genera confusión al consumidor. En el presente caso es indudable que no existe si quiera similitud, pues es una consecuencia inevitable de la falta de similitud gramatical mencionada.

El contraste entre la vibración y nasalidad de “CRON” frente a la fluidez y sibilancia de “CLOS” crea patrones sonoros distintos, que el consumidor percibe y recuerda de

Ref. Expediente N° SD2025/0034056

forma independiente. Estas marcadas diferencias en la cadencia y el carácter sonoro de cada signo impiden que puedan ser consideradas semejantes fonéticamente, aun si se pronuncian rápidamente o más despacio. Así pues, es claro que no existe similitud fonética.

La marca registrada, por su parte, transmite de manera clara al consumidor que se trata de un producto destinado a mujeres, en relación con su ciclo menstrual o la reproducción femenina, en la medida en que el elemento gráfico que la acompaña reproduce, de manera estilizada, la forma del aparato reproductor femenino. Este componente visual no es accesorio, sino que constituye un rasgo central de la marca, orientando la percepción del consumidor hacia un segmento de mercado concreto.

Así las cosas, nos encontramos frente a un signo cuyo elemento gráfico es fundamental dentro del conjunto registrado, al representar y transmitir de manera contundente en la mente del consumidor el concepto de un producto destinado a mujeres, posiblemente relacionado con su ciclo menstrual o reproducción sexual (...)

La ausencia de similitud mencionada es de la mayor relevancia, ya que los consumidores definitivamente no asociarán las marcas al no compartir un mismo significado o idea, por el contrario, cada uno proyecta una identidad única y sin relación alguna entre sí en el mercado, lo cual, no solo refuerza la ausencia de similitud entre ambas marcas, sino que también contribuye a que el consumidor no confunda el origen empresarial de los servicios asociados a las marcas.

De acuerdo con lo aquí expuesto, resulta evidente que la oposición carece de fundamento, pues pretende la negación del registro de la marca solicitada únicamente con fundamento en la coincidencia de un prefijo común e inapropiable como lo es "CAI", elemento carente de distintividad por sí mismo y utilizado en múltiples marcas de las mismas clases. Fuera de esa coincidencia irrelevante, los signos difieren de manera sustancial en su estructura gramatical, en su sonoridad y en los conceptos que evocan, proyectando identidades marcarias totalmente independientes. En tales condiciones, no existe riesgo alguno de confusión o asociación que justifique la negación de la marca pretendida, debiendo en consecuencia desestimarse la oposición presentada."

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0034056

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 entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Trámite	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Tipo	Estado	Vigencia
Marca	CAICLOS	ASOCIACIÓN PRO-BIENESTAR DE LA FAMILIA COLOMBIANA - PROFAMILIA	SD2022/0138645	11	35	Mixta	Registrada	29 de abril de 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2025/0034056

El signo solicitado	El signo opositor
CAIHCRON (Nominativo)	 CAICLOS

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación ente signos mixtos y nominativos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y nominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos.⁴

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto 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”*.⁵

El Tribunal ha reiterado 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 (...)”.⁶

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente caso es claro para esta Dirección que predomina el elemento nominativo en la marca opositora, por lo que 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.***

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26 de 1998.

Ref. Expediente N° SD2025/0034056

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 el elemento común preponderante en ambos signos.**⁷

Análisis comparativo

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza nominativa conformado exclusivamente por la expresión CAIHCRON. Por su parte, la marca opositora es de naturaleza mixta y está conformada por la expresión CAICLOS junto a un elemento gráfico que se ubica en la parte superior derecha y consiste en un trazo continuo que forma una figura simétrica que remite a un bucle o el símbolo del infinito parcialmente abierto; además, el signo está presentado en tonos que transitan entre el lila y el violeta.

Al evaluar el análisis en conjunto de cada signo como una unidad, se observa que, si bien comparten la secuencia inicial "CAI", el núcleo y la terminación de cada expresión generan impresiones distintas. La impresión fonética de CAIHCRON está marcada por la presencia del grupo "H-C-R" que, al pronunciarse, resulta en una secuencia distintiva. Por su parte, CAICLOS presenta un núcleo muy diferente, con la secuencia "C-L-O-S", que le otorga una sonoridad más suave y un ritmo diferente. Fonéticamente, entre ambos signos hay diferencias notables en su cadencia y sonoridad.

Ortográficamente, hay una diferencia evidente, con tres letras consecutivas distintas en el cuerpo de cada signo: la presencia de una "H" y la raíz "CRON" en el solicitado, frente a la secuencia "CLOS" en el opositor. Esta variación en el cuerpo de ambos signos se sobrepone a la coincidencia inicial en el lexema "CAI", el cual es una raíz común o un prefijo de uso frecuente para el mercado objetivo en cuestión.

Conceptualmente, el signo solicitado es de fantasía, al no aludir a ningún concepto o idea específica, lo que le confiere *per se* un alto grado de distintividad. En contraste, la marca opositora CAICLOS es una marca mixta en donde su elemento figurativo posee una connotación visual y conceptual evidente. El grafismo superior de la marca opositora presenta una forma que evoca al género femenino, por la alusión al aparato reproductor de la mujer, por lo que hay un elemento diferenciador poderoso que le permitiría al consumidor promedio entender que se trata de signos con un origen empresarial distinto.

En definitiva, no se configura riesgo de confusión entre los signos CAIHCRON y CAICLOS. Las diferencias son notables en el cuerpo y terminación de las denominaciones (HCRON vs. CLOS), lo cual genera una clara distinción fonética y ortográfica. Esta disimilitud, sumada a la presencia de un elemento figurativo distintivo en el signo opositor, impide que el consumidor promedio incurra en riesgo de confusión o asociación.

Teniendo en cuenta que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0034056

Registrabilidad del signo solicitado en la Clase 44 sin oposición

Esta Dirección ha procedido a realizar el examen de registrabilidad del signo **CAIHCRON** (Mixta) en Clase 44, lo cual le ha permitido concluir lo siguiente.

En primer lugar, debe indicarse que el signo **CAIHCRON** (Mixta) constituye marca conforme a lo establecido en el artículo 134 de la Decisión 486. En este mismo sentido, el signo solicitado para registro no se encuentra incurso en ninguna de las causales de irreregistrabilidad del artículo 135 de dicha decisión.

Por su parte, revisado el Registro Público de la Propiedad Industrial, y adicionalmente al no haberse presentado oposiciones fundamentadas que pudieran desvirtuar el registro de la marca, se concluye que el signo solicitado para registro no se encuentra incurso en ninguna de las causales de irreregistrabilidad del artículo 136 del referido estatuto.

Por último, esta Dirección no tiene indicios razonables que le permitan inferir que el signo solicitado se esté solicitando para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, de conformidad con lo establecido en el artículo 137 de la Decisión 486.

Finalmente, una vez consultadas las marcas país comunicadas y protegidas en Colombia de conformidad con la Decisión 876 de la Comisión de la Comunidad Andina contempla, se evidencia que el signo solicitado a registro no se encuentra incurso en la causal prevista en el artículo 15 de la mencionada Decisión.

Así las cosas, esta Dirección ha establecido que el signo **CAIHCRON** (Mixta) solicitado para registro en Clase 44 posee la capacidad distintiva suficiente para identificar los servicios solicitados, y no se encuentra incurso en ninguna de las causales de irreregistrabilidad establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irreregistrabilidad establecida en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la **ASOCIACIÓN PRO-BIENESTAR DE LA FAMILIA COLOMBIANA – PROFAMILIA**, respecto de la Clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: **Conceder** el registro de la Marca **CAIHCRON** (Nominativa).

Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

35: Servicios de venta minorista y mayorista de emplastos, material para apósitos, material para empastes e impresiones dentales; servicios de venta minorista o mayorista de preparaciones farmacéuticas; servicios de venta minorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: CENTRO DE ATENCION INTEGRAL DE HERIDAS CRONICAS COMPLEJAS SA

Ref. Expediente N° SD2025/0034056

AK 45 103 19
BOGOTÁ D.C.
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 3: Conceder el registro de la Marca **CAIHCRON** (Nominativa).

Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

44: Servicios médicos; servicios médicos en el ámbito del tratamiento de dolores crónicos; servicios médicos en relación con el tratamiento del dolor crónico; servicios de terapia ocupacional; servicios de atención psicológica; orientación sobre estilos de vida; servicios de asesoramiento y de consultoría de estilo de vida [asesoramiento médico]; servicios de terapia de masaje miofascial; servicios de patología relacionados con el tratamiento de personas; pruebas médicas relacionadas con el diagnóstico y tratamiento de enfermedades; servicios de diagnóstico de enfermedades; servicios de tratamiento médico.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: CENTRO DE ATENCION INTEGRAL DE HERIDAS CRONICAS COMPLEJAS SA
AK 45 103 19
BOGOTÁ D.C.
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 4: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 5: Notificar a la sociedad **CENTRO DE ATENCION INTEGRAL DE HERIDAS CRONICAS COMPLEJAS SA**, solicitante del registro y a la **ASOCIACIÓN PRO-BIENESTAR DE LA FAMILIA COLOMBIANA - PROFAMILIA** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 6: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS