

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3999

Ref. Expediente N° SD2025/0061937

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 25 de junio de 2025, Tus Pediatras S.A.S, solicitó el registro de la Marca TUS PEDIATRAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1086, 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

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,

¹ 44: Consultoría médica, medicinal y farmacéutica; servicios de telemedicina; servicios prestados por doctores en medicina; suministro de información relacionada con la medicina; suministro de información sobre medicina.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0061937

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	SOY TU PEDIATRA	SOY TU PEDIATRA IPS S.A.S.	SD2019/0019398	11	3, 5, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28	Marca	Registrada	05 sept. 2029
Mixta	SOYTUPEDIATRA	SOY TU PEDIATRA IPS S.A.S.	15183118	10	44	Marca	Registrada	13 nov. 2035

Los signos a comparar son los siguientes:

•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

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° SD2025/0061937

El signo solicitado	La marca registrada
 (mixta)	 (mixta) SOY TU PEDIATRA (nominativa)

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.



Ref. Expediente N° SD2025/0061937

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra el componente más distintivo tanto del signo solicitado para registro TUS PEDIATRAS (Mixto) como del signo antecedente SOYTUPEDIATRA (mixto) corresponde al elemento nominativo, lo anterior teniendo en cuenta la importancia de las palabras al momento en que los consumidores designan las marcas de su preferencia y considerando el tamaño, la posición y la jerarquía que ocupan en los signos.

En este orden, se observa que la denominación del signo solicitado para registro TUS PEDIATRAS (Mixto) presenta fuertes similitudes de índole ortográfico, fonético y conceptual con los signos antecedentes SOYTUPEDIATRA (mixto) y SOY TU PEDIATRA (nominativo).

En efecto, en el aspecto ortográfico el signo solicitado para registro “Tus pediatras” ocupa 12 grafemas mientras que las marcas registradas “Soy tu pediatra” contienen 13 grafemas, lo que implica que no hay una diferencia significativa en la extensión. Además, comparten la secuencia de grafemas **t-u-p-e-d-i-a-t-r-a** en la misma posición, lo que constituye el núcleo visual más relevante. Esta coincidencia estructural refuerza la percepción de semejanza, pues el consumidor tiende a recordar los elementos centrales del signo más que las partículas accesorias.

Asimismo, ambos signos comparten el mismo lexema **pediatr-**, que corresponde al término técnico que identifica la especialidad médica pediátrica, siendo este el elemento más distintivo y recordado por el público. La diferencia radica únicamente en la desinencia: “Tus pediatras” finaliza en **-as**, indicando pluralidad, mientras que “Soy tu pediatra” termina en **-a**, que denota singularidad. Esta variación morfológica no elimina la coincidencia sustancial en el lexema, lo que incrementa el riesgo de asociación visual entre los signos.

Así mismo, los signos son similares desde el punto de vista fonético, ya que ambos presentan una estructura silábica idéntica en cinco de las sílabas lo que genera un patrón de acentuación coincidente. La secuencia de fonemas según el AFI es /tus pe'ðjstras/ para “Tus pediatras” y /soj tu pe'ðjatra/ para “Soy tu pediatra”, evidenciando que la parte más sonora y distintiva —el lexema **pediatr**— se pronuncia de manera idéntica en ambos casos. En cuanto a la secuencia vocálica, “Tus pediatras” contiene u-e-i-a-a y “Soy tu pediatra” o-i-u-e-i-a-a, lo que implica una coincidencia superior al 60% en las vocales centrales (e-i-a-a), reforzando la similitud auditiva. Estas coincidencias hacen que la pronunciación global sea altamente semejante, pese a las diferencias iniciales en las partículas “Tus” y “Soy tu”.

Además, los signos son similares desde el punto de vista conceptual, dado que ambos evocan la misma idea: servicios médicos pediátricos dirigidos al consumidor. “Tus pediatras” transmite la noción de un equipo de especialistas al servicio del usuario, mientras que “Soy tu pediatra” sugiere una atención personalizada por un profesional individual; sin embargo, ambos comparten el mismo campo semántico vinculado a la pediatría y la relación directa con el destinatario (“tu” y “tus” refuerzan la cercanía). Esta coincidencia conceptual puede inducir al consumidor a asociar los signos con un mismo origen empresarial, afectando su capacidad de diferenciación en el mercado.

Todas estas semejanzas podrían generar que los consumidores confundan los signos en el comercio, o que los asocien erradamente a un mismo origen empresarial.

Así mismo, pese a que los signos presentan diferencias en su componente gráfico y pese al carácter genérico de la expresión “pediatra” en relación con los servicios de la clase 44 y los productos de la clase 5, los elementos que conforman el signo solicitado para registro

Ref. Expediente N° SD2025/0061937

resultan insuficientes para superar el riesgo de confusión y asociación que se genera con los signos antecedentes.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

44: Consultoría médica, medicinal y farmacéutica; servicios de telemedicina; servicios prestados por doctores en medicina; suministro de información relacionada con la medicina; suministro de información sobre medicina.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Producto y/o servicios
-------------	------------------------

SD2019/0019398	(5): Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas.
----------------	---

15183118	(44): Servicios médicos. servicios médicos especializados en el área de pediatría, servicios de consultoría médica, farmacéutica y quirúrgica. servicios de laboratorio de investigación médica, servicios hospitalarios, servicios de información y asesoramiento en materia de salud, servicios dermatológicos, servicios ópticos, servicios fisioterapéuticos, servicios de cirujanos, bancos de sangre, citologías ginecológicas, análisis médicos, servicios farmacéuticos de prescripción médica, , encuestas sobre valoración de la salud, revisiones médicas (chequeos), alquiler de instrumentos médicos, servicios de asistencia domiciliaria a enfermos, servicios hospitalarios a domicilio, servicios de información relacionados con la salud, localización de emergencias médicas, servicios para médicos, servicios de patología, asesoramiento relacionados con el área de la pediatría, servicios de medicina deportiva y todo lo relacionado con el servicio de la salud en general.
----------	---

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° SD2025/0061937

Conexidad competitiva en la clase 44

En el presente caso se observa que tanto el signo solicitado para registro como el signo antecedente identifican y pretenden distinguir servicios médicos y de consultoría médica y farmacéutica en la clase 44. Cuando se trata de productos o servicios idénticos, la conexidad competitiva no solo es una presunción lógica, sino un hecho jurídico evidente, ya que ambos compiten por satisfacer la misma necesidad específica en un mismo segmento del mercado. En este orden, los servicios cotejados comparten la misma naturaleza, finalidad y están orientados al mismo consumidor.

Conexidad competitiva en las clases 5 y 44

Desde la perspectiva de la razonabilidad, es posible concluir que existe conexidad competitiva entre los servicios médicos y de consultoría médica (Clase 44) y los productos farmacéuticos (Clase 5). En el mercado actual, resulta común que un mismo agente económico ofrezca tanto servicios médicos como productos farmacéuticos, ya sea a través de clínicas, hospitales, cadenas de farmacias o empresas integradas del sector salud. El consumidor promedio podría considerar razonable que quien presta servicios médicos también comercialice medicamentos, dado que ambos satisfacen necesidades relacionadas con la salud y el bienestar, y suelen estar vinculados a la misma finalidad: el tratamiento y prevención de enfermedades.

Este argumento se refuerza con criterios auxiliares como la finalidad y función (ambos orientados al cuidado de la salud), los canales de comercialización (farmacias, hospitales, plataformas digitales de salud), y la naturaleza complementaria de los productos y servicios, pues la prestación de servicios médicos frecuentemente implica la prescripción y adquisición de medicamentos. Aunque pertenecen a clases distintas en la Clasificación de Niza, esta diferencia no elimina la percepción del consumidor sobre la posible procedencia común, lo que incrementa el riesgo de asociación empresarial entre los signos comparados.

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 TUS PEDIATRAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Tus Pediatras S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Tus Pediatras S.A.S, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede

⁵ 44: Consultoría médica, medicinal y farmacéutica; servicios de telemedicina; servicios prestados por doctores en medicina; suministro de información relacionada con la medicina; suministro de información sobre medicina.

Resolución N° 3999

Ref. Expediente N° SD2025/0061937

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 21 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS