



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 21320

Ref. Expediente N° SD2025/0079864

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 11 de agosto de 2025, PEOPLE'S VOICE TECHNOLOGIES S.A.S, solicitó el registro de la Marca PEOPLE'S VOICE CONTEXTUAL ASSESSMENT (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo

¹ **35:** Consultoría y servicios de asesoría de gestión de negocios para la industria de recursos humanos; Gestión y consultoría de negocios en el campo de los recursos humanos, en la naturaleza de evaluaciones del lugar de trabajo para determinar las necesidades y expectativas de empleo de las empresas; Servicios de evaluación de riesgos empresariales; Análisis de trabajo para determinar los conjuntos de habilidades de los trabajadores y otros requisitos de los trabajadores (servicios de recursos humanos); Servicios de consultoría de negocios en el campo de la gestión del cambio organizacional; Evaluaciones e informes de expertos relacionados con asuntos de negocios; Consultoría de recursos humanos en el campo de fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial; Servicios de consultoría en el campo del desarrollo de recursos humanos, a saber, para la promoción de la retención de empleados, el crecimiento profesional y el aumento de la productividad para empleados y empleadores; Gestión de negocios y consultoría en el campo de los servicios de evaluación de análisis de negocios y evaluaciones contextuales basadas en una plataforma de software propia con algoritmos que procesan y analizan los datos proporcionados por el usuario; Servicios de consultoría y asesoría de gestión de negocios; Servicios de consultoría en los campos de la gestión de negocios, recursos humanos y diseño organizacional de negocios; Servicios de análisis estadístico e informes con fines comerciales y de negocio; Servicios de investigación de negocios en el campo de los recursos humanos; Valoraciones de expertos de negocios; Evaluación de negocios de lugares de trabajo utilizando encuestas a empleados y técnicas de entrevista; Consultoría de gestión de personal; Desarrollo de materiales de gestión de negocios y personal, personalizados para otros; Compilación y análisis de información y datos relacionados con la gestión de negocios; Suministro de asesoramiento e información de negocios en el campo de los recursos humanos y la gestión de negocios; Servicios de asesoría de negocios en el campo de los recursos humanos. Servicios de asesoría de negocios en el campo de los recursos humanos.

42: Desarrollo de software personalizado en el campo de una plataforma con bases de datos y algoritmos que procesan y analizan los datos proporcionados por el usuario para la provisión de análisis de datos para determinar las necesidades y expectativas de empresas, con base en evaluaciones contextuales de fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial; Desarrollo de software personalizado en el campo de los servicios de informes, a saber, provisión de informes digitales para guiar en la mejora de las necesidades y expectativas de los empleados de las empresas en fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial, generados con una plataforma propia de software para informes en línea; Software como servicio (SaaS) que presenta software para la plataforma propia de informes, que permite a los clientes acceder a informes digitales a través de navegadores web o API utilizando licencias asignadas; Servicios de software como servicio (SAAS) que presentan software que utiliza inteligencia artificial aprovechada por algoritmos de aprendizaje automático como su componente central para producir evaluaciones contextuales de fenómenos psicosociales, como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial.



Ref. Expediente N° SD2025/0079864

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, 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

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° SD2025/0079864

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	PEOPLE’S VOICE	PEOPLE’S VOICE S.A.S	13039202	9	9	Marca	Registrada	28/04/2034

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
PEOPLE’S VOICE CONTEXTUAL ASSESSMENT (Nominativa)	PEOPLE’S VOICE (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° SD2025/0079864

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al analizar en conjunto las denominaciones **“PEOPLE’S VOICE CONTEXTUAL ASSESSMENT”** (signo solicitado) y **“PEOPLE’S VOICE”**, se advierte que presentan similitudes relevantes desde los puntos de vista ortográfico, fonético y conceptual.

Desde la perspectiva ortográfica, el signo solicitado reproduce íntegramente la expresión **“PEOPLE’S VOICE”**, que constituye el elemento distintivo y predominante de la marca registrada, limitándose a adicionar las expresiones **“CONTEXTUAL ASSESSMENT”**. No obstante, dicha adición resulta insuficiente para dotar al signo solicitado de distintividad, en tanto no altera la impresión global ni la proximidad visual entre las denominaciones confrontadas.

En el plano fonético, la expresión **“PEOPLE’S VOICE”** determina una sonoridad coincidente en ambos signos, siendo el elemento de mayor recordación para el consumidor, sin que la adición de las expresiones adicionales sea suficiente para evitar la confusión en la percepción del consumidor medio.

En cuanto al aspecto conceptual, ambos signos evocan la misma idea relacionada con la *“voz de las personas”*, en la medida en que las expresiones **“PEOPLE’S VOICE”**⁴, aun cuando se encuentra en idioma inglés, es fácilmente comprendida por el consumidor como *“voz del pueblo”*, lo que refuerza su proximidad conceptual.

En consecuencia, las semejanzas advertidas son aptas para generar riesgo de confusión en el mercado respecto del origen empresarial de los productos o servicios que identifican, en la medida en que el consumidor podría considerar que el signo solicitado constituye una extensión, variación o nueva línea de la marca registrada, cuando en realidad corresponde a empresarios distintos

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 servicios⁵.

⁴ <https://dictionary.cambridge.org/es/translate/>

⁵ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión

Ref. Expediente N° SD2025/0079864

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 35: Consultoría y servicios de asesoría de gestión de negocios para la industria de recursos humanos; Gestión y consultoría de negocios en el campo de los recursos humanos, en la naturaleza de evaluaciones del lugar de trabajo para determinar las necesidades y expectativas de empleo de las empresas; Servicios de evaluación de riesgos empresariales; Análisis de trabajo para determinar los conjuntos de habilidades de los trabajadores y otros requisitos de los trabajadores (servicios de recursos humanos); Servicios de consultoría de negocios en el campo de la gestión del cambio organizacional; Evaluaciones e informes de expertos relacionados con asuntos de negocios; Consultoría de recursos humanos en el campo de fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial; Servicios de consultoría en el campo del desarrollo de recursos humanos, a saber, para la promoción de la retención de empleados, el crecimiento profesional y el aumento de la productividad para empleados y empleadores; Gestión de negocios y consultoría en el campo de los servicios de evaluación de análisis de negocios y evaluaciones contextuales basadas en una plataforma de software propia con algoritmos que procesan y analizan los datos proporcionados por el usuario; Servicios de consultoría y asesoría de gestión de negocios; Servicios de consultoría en los campos de la gestión de negocios, recursos humanos y diseño organizacional de negocios; Servicios de análisis estadístico e informes con fines comerciales y de negocio; Servicios de investigación de negocios en el campo de los recursos humanos; Valoraciones de expertos de negocios; Evaluación de negocios de lugares de trabajo utilizando encuestas a empleados y técnicas de entrevista; Consultoría de gestión de personal; Desarrollo de materiales de gestión de negocios y personal, personalizados para otros; Compilación y análisis de información y datos relacionados con la gestión de negocios; Suministro de asesoramiento e información de negocios en el campo de los recursos humanos y la gestión de negocios; Servicios de asesoría de negocios en el campo de los recursos humanos. Servicios de asesoría de negocios en el campo de los recursos humanos.

Clase 42: Desarrollo de software personalizado en el campo de una plataforma con bases de datos y algoritmos que procesan y analizan los datos proporcionados por el usuario para la provisión de análisis de datos para determinar las necesidades y expectativas de empresas, con base en evaluaciones contextuales de fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial; Desarrollo de software personalizado en el campo de los servicios de informes, a saber, provisión de informes digitales para guiar en la mejora de las necesidades y expectativas de los empleados de las empresas en fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial, generados con una plataforma propia de software para informes en línea; Software como servicio (SaaS) que presenta software para la plataforma propia de informes, que permite a los clientes acceder a informes digitales a través de navegadores web o API utilizando licencias asignadas; Servicios de software como servicio (SAAS) que presentan software que utiliza inteligencia artificial aprovechada por algoritmos de aprendizaje automático como su componente central para producir evaluaciones contextuales de fenómenos psicosociales, como la cultura

proviene del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0079864

organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente 13039202 clase 9: Bases de datos; servidores de bases de datos informáticas; programas informáticos para la gestión de bases de datos; software para crear bases de información y datos de consulta; software informático para la gestión de bases de datos.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 42 y los productos de la clase 9

Esta Dirección encuentra que los servicios que pretende amparar el signo solicitado, en la clase 42 relativos al *“desarrollo de software personalizado, provisión de informes digitales, plataformas basadas en datos, así como servicios de software como servicio (SaaS) orientados al análisis y procesamiento de información”*, guardan relación con los productos amparados por la marca registrada en la clase 9 consistentes en *“bases de datos, servidores de bases de datos informáticas, programas informáticos para la gestión de bases de datos, así como software para la creación y administración de información”*.

Lo anterior se debe a que los servicios de la clase 42 se sustentan en el uso, gestión, procesamiento y explotación de bases de datos y software especializado, evidenciando así una relación de complementariedad directa entre los productos y servicios confrontados.

Asimismo, en la dinámica del mercado resulta habitual que empresas dedicadas al desarrollo de software y prestación de servicios tecnológicos ofrezcan de manera integrada tanto los programas y herramientas informáticas como los servicios asociados a su implementación, análisis y operación. En consecuencia, el consumidor podría inferir razonablemente que tanto los productos como los servicios provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un riesgo de confusión en el mercado.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 35 y los productos de la clase 9

De igual forma, esta Dirección advierte que existe conexión competitiva entre los servicios que pretende amparar el signo solicitado, en la clase 35 especialmente *“Gestión de negocios y consultoría en el campo de los servicios de evaluación de análisis de negocios y evaluaciones contextuales basadas en una plataforma de software propia con algoritmos que procesan y analizan los datos proporcionados por el usuario”* y los productos amparados por la marca registrada en la clase 9 consistentes en *“bases de datos, servidores de bases de datos informáticas, programas informáticos para la gestión de bases de datos, así como software para la creación y administración de información”*.

Lo anterior se fundamenta en que los servicios de consultoría y gestión empresarial descritos en la clase 35 dependen directamente del uso, procesamiento y análisis de bases de datos y software especializado, lo que evidencia una relación de complementariedad entre los productos y servicios confrontados.

En tal sentido, el consumidor podría inferir razonablemente que tanto los servicios como los productos provienen del mismo origen empresarial, cuando en realidad corresponden a oferentes distintos, configurándose de esta manera un riesgo de confusión en el

Ref. Expediente N° SD2025/0079864

mercado.

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 PEOPLE'S VOICE CONTEXTUAL ASSESSMENT (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por PEOPLE'S VOICE TECHNOLOGIES S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca PEOPLE'S VOICE CONTEXTUAL ASSESSMENT (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por PEOPLE'S VOICE TECHNOLOGIES S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a PEOPLE'S VOICE TECHNOLOGIES S.A.S, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente

⁶ **35:** Consultoría y servicios de asesoría de gestión de negocios para la industria de recursos humanos; Gestión y consultoría de negocios en el campo de los recursos humanos, en la naturaleza de evaluaciones del lugar de trabajo para determinar las necesidades y expectativas de empleo de las empresas; Servicios de evaluación de riesgos empresariales; Análisis de trabajo para determinar los conjuntos de habilidades de los trabajadores y otros requisitos de los trabajadores (servicios de recursos humanos); Servicios de consultoría de negocios en el campo de la gestión del cambio organizacional; Evaluaciones e informes de expertos relacionados con asuntos de negocios; Consultoría de recursos humanos en el campo de fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial; Servicios de consultoría en el campo del desarrollo de recursos humanos, a saber, para la promoción de la retención de empleados, el crecimiento profesional y el aumento de la productividad para empleados y empleadores; Gestión de negocios y consultoría en el campo de los servicios de evaluación de análisis de negocios y evaluaciones contextuales basadas en una plataforma de software propia con algoritmos que procesan y analizan los datos proporcionados por el usuario; Servicios de consultoría y asesoría de gestión de negocios; Servicios de consultoría en los campos de la gestión de negocios, recursos humanos y diseño organizacional de negocios; Servicios de análisis estadístico e informes con fines comerciales y de negocio; Servicios de investigación de negocios en el campo de los recursos humanos; Valoraciones de expertos de negocios; Evaluación de negocios de lugares de trabajo utilizando encuestas a empleados y técnicas de entrevista; Consultoría de gestión de personal; Desarrollo de materiales de gestión de negocios y personal, personalizados para otros; Compilación y análisis de información y datos relacionados con la gestión de negocios; Suministro de asesoramiento e información de negocios en el campo de los recursos humanos y la gestión de negocios; Servicios de asesoría de negocios en el campo de los recursos humanos. Servicios de asesoría de negocios en el campo de los recursos humanos.

⁷ **42:** Desarrollo de software personalizado en el campo de una plataforma con bases de datos y algoritmos que procesan y analizan los datos proporcionados por el usuario para la provisión de análisis de datos para determinar las necesidades y expectativas de empresas, con base en evaluaciones contextuales de fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial; Desarrollo de software personalizado en el campo de los servicios de informes, a saber, provisión de informes digitales para guiar en la mejora de las necesidades y expectativas de los empleados de las empresas en fenómenos psicosociales como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial, generados con una plataforma propia de software para informes en línea; Software como servicio (SaaS) que presenta software para la plataforma propia de informes, que permite a los clientes acceder a informes digitales a través de navegadores web o API utilizando licencias asignadas; Servicios de software como servicio (SAAS) que presentan software que utiliza inteligencia artificial aprovechada por algoritmos de aprendizaje automático como su componente central para producir evaluaciones contextuales de fenómenos psicosociales, como la cultura organizacional, el ambiente laboral, la cultura de la innovación, los factores blandos detrás del desempeño de las personas y programas para empleados para mejorar el desempeño empresarial.

Resolución N° 21320

Ref. Expediente N° SD2025/0079864

Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS