

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 45497

Ref. Expediente N° SD2026/0001345

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 8 de enero de 2026, CHANGSHA SINOCARE INC., solicitó el registro de la Marca Sinocare iCan (Mixta) para distinguir los productos comprendidos en las clases 9 y 10 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1096, 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 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 irreregistrabilidad 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

¹ 9: Programas de sistemas operativos informáticos grabados; monitores [programas informáticos]; aplicaciones de software descargables; aparatos de procesamiento de datos; instrumentos de medición automáticos; letreros digitales; receptores [audio y vídeo]; aparatos de medición; transductores; sensores de medición.

10: Aparatos de monitorización de la diabetes; agujas de inyección para uso médico; Hemoglobinómetros; Aparatos de análisis para uso médico; bombas de insulina; aparatos de ensayos de diagnóstico médico; aparatos e instrumentos médicos; aparatos e instrumentos urológicos; agujas para uso médico; aparatos para tomar muestras sanguíneas.

Ref. Expediente N° SD2026/0001345

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con la 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	ICAN INTERNATIONAL CONFERENCE FOR ADVANCING NUTRITION	Baxter International Inc.	SD2019/0071667	11	41, 44	Marca	Registrada	30 may. 2029

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° SD2026/0001345

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
 	ICAN INTERNATIONAL CONFERENCE FOR ADVANCING NUTRITION

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”.

Análisis comparativo

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión al público consumidor.

En efecto, se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, en la medida en que la expresión solicitada “SINOCARE ICAN” reproduce de manera íntegra el elemento denominativo “ICAN”, el cual constituye el componente relevante y de mayor fuerza distintiva dentro de la marca registrada “ICAN INTERNATIONAL CONFERENCE FOR ADVANCING NUTRITION”. Dicha similitud se encuentra determinada por la coincidencia en la estructura y por el uso de la misma secuencia consonántica y vocálica (I-C-N frente



Ref. Expediente N° SD2026/0001345

a I-C-N / I-A frente a I-A), sin que la adición de la expresión “SINOCARE” ni de los términos “INTERNATIONAL CONFERENCE FOR ADVANCING NUTRITION” constituyan criterios suficientes de diferenciación, dada la fuerte recordación que genera la porción reproducida en la mente del consumidor.

Desde el punto de vista fonético, al pronunciarse las denominaciones SINOCARE ICAN, ICAN INTERNATIONAL CONFERENCE FOR ADVANCING NUTRITION, se produce un impacto sonoro similar, toda vez que el consumidor promedio centrará su atención en la expresión “ICAN”, que conserva la misma disposición de consonantes y vocales y una cadencia semejante en los signos confrontados. En vista de ello, las similitudes referidas podrían inducir en error al público, quien podría considerar que se encuentra ante una modificación del signo protegido o frente a una nueva línea o extensión asociada a las marcas previamente registradas, configurándose así un riesgo de confusión y de asociación que impide su coexistencia pacífica 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

Dentro de los productos a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

10: Aparatos de monitorización de la diabetes; agujas de inyección para uso médico; Hemoglobínometros; Aparatos de análisis para uso médico; bombas de insulina; aparatos de ensayos de diagnóstico médico; aparatos e instrumentos médicos; aparatos e instrumentos urológicos; agujas para uso médico; aparatos para tomar muestras sanguíneas.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2019/0071667, clase (44): Servicios médicos, a saber, suministro de información y servicios de consultoría en el ámbito de las necesidades nutricionales del paciente; suministro de información médica sobre necesidades nutricionales del paciente para fines de tratamientos médicos clínicos; Servicios médicos, a saber, suministro de

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° SD2026/0001345

información y servicios de consultoría en el ámbito de la terapia nutricional clínica; suministro de información médica sobre terapia nutricional clínica.

Conexión competitiva entre los productos solicitados en la clase 10 y los servicios del signo antecedente en la clase 44 internacional (Razonabilidad)

Para la Dirección, es dado concluir que existe una conexidad competitiva por el criterio de razonabilidad entre los productos que el signo solicitante pretende proteger en la clase 10, a saber: “Aparatos de monitorización de la diabetes; agujas de inyección para uso médico; Hemoglobímetro; Aparatos de análisis para uso médico; bombas de insulina; aparatos de ensayos de diagnóstico médico; aparatos e instrumentos médicos; aparatos e instrumentos urológicos; agujas para uso médico; aparatos para tomar muestras sanguíneas”, y los servicios previamente amparados por el signo registrado en la clase 44, consistentes en: “Servicios médicos, a saber, suministro de información y servicios de consultoría en el ámbito de las necesidades nutricionales del paciente; suministro de información médica sobre necesidades nutricionales del paciente para fines de tratamientos médicos clínicos; Servicios médicos, a saber, suministro de información y servicios de consultoría en el ámbito de la terapia nutricional clínica; suministro de información médica sobre terapia nutricional clínica”.

Esta relación se presenta en la medida en que, en la práctica del mercado, los productos solicitados corresponden a aparatos, instrumentos y dispositivos médicos utilizados para el diagnóstico, control, seguimiento y tratamiento de condiciones de salud, entre ellas la diabetes y otros estados clínicos que pueden requerir control nutricional y terapias médicas especializadas. A su vez, los servicios previamente registrados consisten en la prestación de información y consultoría médica sobre necesidades nutricionales del paciente y terapia nutricional clínica, actividades que normalmente se apoyan en la evaluación, seguimiento y monitoreo de datos médicos obtenidos mediante dispositivos como aparatos de análisis, hemoglobímetro, bombas de insulina, instrumentos para toma de muestras sanguíneas y demás equipos de uso médico. Por ello, resulta razonable que el consumidor o paciente considere que tales productos y servicios provienen de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas dentro del sector salud.

En consecuencia, la coexistencia de los signos podría generar un riesgo de confusión indirecta, al inducir al consumidor a creer que los productos médicos solicitados en la clase 10 se encuentran vinculados económica o comercialmente con los servicios médicos y de consultoría nutricional clínica previamente registrados en la clase 44, afectando así la clara identificación de su procedencia empresarial.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a la clase 9 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión

Ref. Expediente N° SD2026/0001345

para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)"

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Sinocare iCan (Mixta) para distinguir los productos comprendidos en la clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por CHANGSHA SINOCARE INC., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a CHANGSHA SINOCARE INC., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 17 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS