

Doctor

DANIEL MOR GARCÍA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

E. S. D.

Asunto: Presentación de recurso de Apelación (corrección escrito anterior) frente a la Resolución N° 42886 que niega el registro de la marca **SALUD Y PAZ FINANCIERA** SALVANDO VIDAS.

Referencia de Expediente: SD2025/0087213

ISABEL CRISTINA URIBE MARTÍNEZ, mayor de edad, domiciliada en la ciudad de Medellín, identificada con cédula de ciudadanía número 1.020.401.844, con T. P número 184.409 del C.S de la J, actuando como apoderada de la sociedad comercial **REORGANIZACIÓN ECONOMICA Y JURIDICA S.A.S**, conforme a poder que reposa en el expediente de la referencia, me permito poner a su consideración el presente recurso de apelación con fundamento en las siguientes consideraciones:

Argumento de la resolución recurrida:

Para la Dirección (...) los signos analizados son confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto las marcas SALUD Y PAZ FINANCIERA SALVANDO VIDAS y SALUD FINANCIERA, se evidencia que son ortográficamente similares, toda vez que comparten las expresiones "SALUD FINANCIERA", sumado a la anterior, al pronunciar los signos de manera sucesiva no simultánea SALUD Y PAZ FINANCIERA / SALUD FINANCIERA - SALUD Y PAZ FINANCIERA / SALUD FINANCIERA - SALUD Y PAZ FINANCIERA / SALUD FINANCIERA, estos generan

un impacto sonoro similar sobre la parte relevante del signo, sin que las expresiones adicionales se constituyan como elementos de diferenciación suficiente para permitir al consumidor diferenciar claramente los signos y sus distintos orígenes empresariales.

A pesar de esto, revisada la resolución y los argumentos que motivan la negativa, consideramos que la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) pierde de vista un argumento relevante y es el análisis de la fuerza distintiva que razonable y conceptualmente puede tener la expresión SALUD FINANCIERA en el contexto de los servicios que identifica (Clase 36). Por esta razón, presentamos este recurso de apelación y solicitamos respetuosamente evaluar la capacidad distintiva del signo previamente registrado en el mercado y, en consecuencia, conceder el registro de la marca solicitada.

De acuerdo con lo anterior, vale la pena hacernos las siguientes preguntas:

¿Qué fuerza distintiva tiene la expresión SALUD FINANCIERA en el mercado financiero?

Partamos de la idea desarrollada por la misma resolución: (...) "*salud / financiera*", entendida como la condición de estabilidad, bienestar y adecuado manejo de los recursos económicos que permite a las personas o entidades cumplir sus obligaciones, afrontar contingencias y alcanzar sus objetivos financieros.

Un hecho cierto es que al ambas marcas contener la expresión **SALUD FINANCIERA** desarrollan un mismo concepto o posición ideológica, sin embargo, vale la pena preguntarse: **¿Puede un empresario que desarrolla**

servicios de la clase 36 apropiarse de esta expresión y, por consiguiente, de su concepto?

Consideramos que no, pues de ser posible se le daría una ventaja competitiva desequilibrada en el mercado y esto bajo la premisa, de que la salud financiera es un estado ideal o al que se aspira en el comportamiento y cultura financiera del consumidor, a tal punto que las normas de protección al consumidor financiero (Ley 1328 de 2009 y complementarias) lo sitúan en la cúspide de su regulación y desarrollan una serie de principios que ayudan o proyectan al consumidor para alcanzarlo.

No es posible entonces pensar que el titular de la marca SALUD FINANCIERA, evocativa de este estado, al que debe aspirar todo cliente financiero o consumidor, pueda excluir a otros participantes del mercado de usar esta expresión de manera justa, cuando incluso las leyes que lo regulan y delimitan ordenan orientar y acompañar al consumidor para que puedan lograrlo.

Por lo anterior, consideramos que la marca previamente registrada se configura en una expresión débil, de uso común o evocativa para la clase que reivindica, lo que, de acuerdo con la doctrina y la jurisprudencia, le otorga una capacidad limitada a su titular y aún a la entidad competente para excluir a terceros de su uso.

Teniendo en cuenta lo expresado, encontramos que la resolución impugnada incurre en contradicción jurídica al reconocer que la expresión "SALUD FINANCIERA" comunica al consumidor la idea de estabilidad, bienestar económico y adecuado manejo de los recursos financieros, pero simultáneamente le atribuye una amplitud excluyente propia de una marca

fuerte, concluyendo con la negativa de la marca solicitada, omitiendo, que conforme a la jurisprudencia uniforme del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (Procesos 64-IP-2013, 367-IP-2021 y 374-IP-2021), se ha establecido que los signos cuya carga conceptual se aproxima de manera relevante a los productos o servicios que distinguen constituyen signos evocativos marcadamente débiles, razón por la cual su titular debe soportar la coexistencia de otros signos que reproduzcan o evoquen parcialmente dicho concepto, siempre que el conjunto marcario solicitado conserve aptitud diferenciadora.

Conforme al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

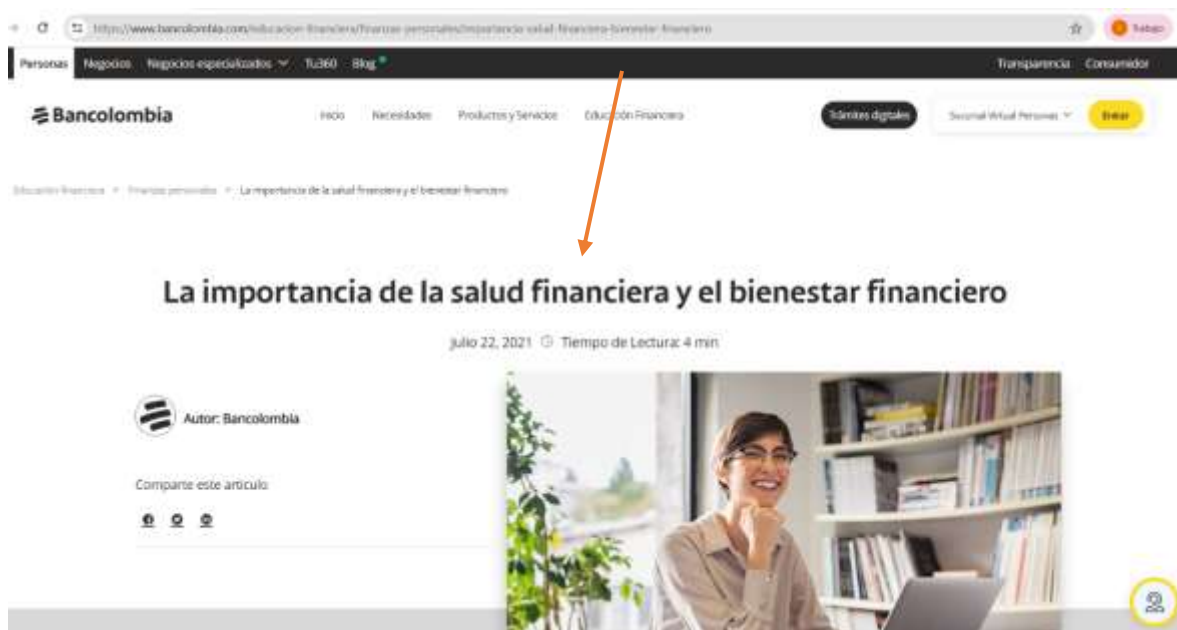
"Los signos evocativos cumplen la función distintiva de la marca y, por tanto, son registrables. No obstante, entre mayor sea la proximidad del signo evocativo con el producto o servicio que se pretende registrar, podrá ser considerado como un signo marcadamente débil y, en consecuencia, su titular tendría que soportar el registro de signos que en algún grado se asemejen a su signo distintivo". Proceso 367-IP-2021.

¿Por qué consideramos que SALUD FINANCIERA es débil o común?

Porque además de ser evocativa conceptualmente, la expresión SALUD FINANCIERA es frecuentemente usada por las entidades del sector financiero. Basta con una búsqueda básica en Google, para que encontremos diversas referencias a dicha expresión e incluso, el desarrollo de contenido que busca consolidarla como parte de la cultura financiera:



<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-se-entiende-por-salud-financiera/>



<https://www.bancolombia.com/educacion-financiera/finanzas-personales/importancia-salud-financiera-bienestar-financiero>

Salud Financiera

Todos

BBVA te enseña

Tutoriales de nuestros canales

Todos

Tarjetas

Cuentas

Inversiones

Prestamos

Seguros

Digital

Viajes

Salud Financiera

Seguridad BBVA

Empresas

¿Cómo planificar un presupuesto?

Descubre cómo cuidar tus finanzas para tomar mejores decisiones de ahorro o inversión sin necesidad de descargar otra aplicación.



<https://personas.bbva.com.co/educacion-financiera/salud-financiera/crear-guia-presupuesto-1000>

Inicio > Home > Bienestar Financiero Sostenible > Salud Financiera

Salud Financiera

Inicia tu diagnóstico



Bancamía: <https://www.youtube.com/watch?v=FgtaJUIUg8M>

Estos son sólo algunos de los ejemplos en lo que se usa la expresión, como parte de la misión social, cultural y pedagógica en el mundo financiero.

Teniendo en cuenta lo anterior, consideramos que el analista se equivoca al negar la marca **SALUD Y PAZ FINANCIERA SALVANDO VIDAS**, pues como observamos, el argumento de su negativa sólo se centró en analizar la expresión débil y evocativa, separándola e incluso, fragmentándola, de las demás expresiones componen la marca compuesta solicitada. Sí, entendemos que la marca solicitada reproduce la marca débil, común y evocativa previamente registrada, pero también es claro, que la marca solicitada posee otros elementos que analizados en conjunto dotan la marca solicitada de la suficiente capacidad distintiva, como para COEXISTIR PACÍFICAMENTE en el mercado, no sólo con la marca preexistente, si no con los diversos usos que se hace en el mundo financiero de la expresión SALUD FINANCIERA.

De conformidad con lo anterior, solicito que sean analizados estos argumentos y que como consecuencia se REVOQUE la decisión recurrida y en consecuencia, procedan a CONCEDER el registro de la marca **SALUD Y PAZ FINANCIERA SALVANDO VIDAS**, a la sociedad solicitante.

Atentamente,



ISABEL CRISTINA URIBE MARTÍNEZ
Abogada