

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 82596

Ref. Expediente N° SD2025/0051483

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 29 de mayo de 2025, COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA, solicitó el registro de la Marca MUNI BY COOMEVA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1070, 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

¹ 42: CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD EN LÍNEA PARA QUE LOS USUARIOS REGISTRADOS FORMEN COMUNIDADES VIRTUALES Y PARTICIPEN EN SERVICIOS DE REDES SOCIALES; DISEÑO DE SOFTWARE DE REDES SOCIALES EN LÍNEA; DISEÑO, PROGRAMACIÓN Y MANTENIMIENTO DE SITIOS WEB DE REDES SOCIALES; ACTUALIZACIÓN DE SITIOS WEB; ALOJAMIENTO DE SITIOS WEB DE TERCEROS; CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE SITIOS WEB; CREACIÓN DE SITIOS WEB; CREACIÓN, DISEÑO Y MANTENIMIENTO DE SITIOS WEB; DESARROLLO DE SITIOS WEB; DISEÑO DE PÁGINAS DE INICIO Y SITIOS WEB; GESTIÓN DE SITIOS WEB PARA TERCEROS; SERVICIOS DE DESARROLLO DE SITIOS WEB; CONVERSIÓN MULTIPLATAFORMA DE CONTENIDO DIGITAL A OTRAS FORMAS DE CONTENIDO DIGITAL; CONSULTORÍA TECNOLÓGICA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL; ASESORAMIENTO SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL; SERVICIOS DE ASESORAMIENTO SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

Ref. Expediente N° SD2025/0051483

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 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 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
Mixta	Muni Tienda	Yati S.A.S.	SD2021/0049894	11	9, 35, 42	Marca	Registrada	14 dic. 2031

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

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° SD2025/0051483

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro “MUNI BY COOMEVA” se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, así: **MUNI BY COOMEVA** / **Muni Tienda** comoquiera que el signo solicitado reproduce en su elemento nominativo preponderante, el elemento caprichoso MUNI que conforma la marca que sirve de antecedente, sin que la variación en los elementos gráficos, así como la sustitución del término común “Tienda” por las expresiones “BY COOMEVA”, logren mitigar el riesgo de confusión latente entre los signos analizados, toda vez que se trata de modificaciones accesorias que no se constituyen en derrotero de diferenciación entre los signos analizados.

Más aún y si se tiene en cuenta que al ser pronunciados **MUNI BY COOMEVA** / **Muni Tienda** los signos en controversia generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los grafemas utilizados.

Por lo anterior, los consumidores pueden llegar a considerar que el signo solicitado es una variación y/o innovación de la marca registrada y por lo tanto es posible que lleguen a confundirlos o asociarlos a un mismo origen empresarial.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0051483

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

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 42: Creación de una comunidad en línea para que los usuarios registrados formen comunidades virtuales y participen en servicios de redes sociales; diseño de software de redes sociales en línea; diseño, programación y mantenimiento de sitios web de redes sociales; actualización de sitios web; alojamiento de sitios web de terceros; construcción y mantenimiento de sitios web; creación de sitios web; creación, diseño y mantenimiento de sitios web; desarrollo de sitios web; diseño de páginas de inicio y sitios web; gestión de sitios web para terceros; servicios de desarrollo de sitios web; conversión multiplataforma de contenido digital a otras formas de contenido digital; consultoría tecnológica para la transformación digital; asesoramiento sobre inteligencia artificial; servicios de asesoramiento sobre inteligencia artificial.

El signo registrado identifica:

Expediente SD2021/0049894, Clase 9: Aplicaciones de software para dispositivos móviles; hardware y software; hardware y software de acceso remoto seguro a redes informáticas y de comunicación; hardware y software informático de gestión de bases de datos; herramientas de desarrollo de software; motores de búsqueda [software] para ordenadores; paquetes de software; paquetes de software integrado; plataformas de software; productos de software; programas informáticos [software descargable]; sistemas de reconocimiento de patrones compuestos de chips informáticos, hardware y software; software; software de acceso a directorios de información descargables desde una red informática mundial; software de acceso multiusuario a redes informáticas mundiales de información; software para activar la transmisión de fotografías a teléfonos móviles; software de administración de redes informáticas de área local; software de aplicación; software de aplicaciones para teléfonos móviles; software de autoedición; software de automatización y gestión de procesos empresariales; software para automatizar el almacenamiento de datos; software de búsqueda de datos; software de búsqueda y extracción de información en redes informáticas; software de captura, transmisión, almacenamiento e indexación de datos y documentos; software de cifrado; software de comercio electrónico que permite a los usuarios realizar transacciones comerciales a través de una red informática mundial; software compilador; software de compresión de datos; software de comunicación; software de comunicación destinado a conectar redes

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° SD2025/0051483

informáticas mundiales; software de comunicación destinado a conectar usuarios de redes informáticas; software de comunicación en redes inalámbricas; software de concepción de sitios web; software de control del funcionamiento de dispositivos de audio y de vídeo; software de control y gestión de aplicaciones de servidores de acceso; software de conversión de imágenes de documentos a formato electrónico; software de creación de bases de datos consultables; software de creación, facilitación y gestión del acceso a distancia a redes informáticas mundiales y de área local, así como de la comunicación con éstas; software de creación y conversión de archivos pdf; software de creación y diseño de sitios web; software descargable; software descargable de internet; software descargable para servicios de mensajería instantánea y correo electrónico; software de detección y diagnóstico de fallos; software diseñado para estimar costes; software de diseño y fabricación asistidos por ordenador [cad/cam]; software para facilitar transacciones seguras con tarjetas de crédito; software de fax, correo electrónico, mensajería vocal o mensajería por internet; software de gestión de bases de datos; software informático; software informático para sistemas de localización por satélite [gps]; software de integración de aplicaciones y bases de datos; software interactivo; software de interfaz; software de interfaz gráfica de usuario; software de mensajería por internet; software, microprogramas [firmware] y hardware; software multimedia grabado en cd-rom; software operativo integrado; software operativo para ordenadores; software operativo de red de área extensa [wan]; software operativo de red de área local [lan]; software operativo de red privada virtual [vpn]; software operativo para servidores de acceso a redes; software de optimización de ordenadores para el despliegue de aplicaciones paralelas y la ejecución de cálculos paralelos; software para optimizar las funciones audiovisuales de aplicaciones multimedia; software para organizar y visualizar imágenes y fotografías digitales; software para pizarras virtuales; software de procesamiento de datos; software de procesamiento de imágenes; software de procesamiento de imágenes digitales; software de procesamiento de imágenes, gráficos y texto; software de procesamiento de textos; software [programas grabados]; software de protección de la privacidad; software que permiten la comunicación con usuarios de ordenadores de bolsillo; software de realidad aumentada; software de realidad aumentada para dispositivos móviles; software de reconocimiento facial; software de reconocimiento de gestos; software de reconocimiento de imagen; software de reconocimiento óptico de caracteres; software de reconocimiento de voz; software de seguridad informática descargable; software para sistemas de navegación gps; software para sistemas de navegación por satélite; software para sistemas operativos de ordenador; software de telefonía informática; software para uso comercial; software de utilidades informáticas descargables; software de verificación crediticia; software y aparatos de telecomunicación para conectarse a bases de datos e internet; software y aparatos de telecomunicación, incluidos módems, para conectarse a bases de datos e internet; software y aplicaciones para dispositivos móviles; software y programas informáticos; software y programas informáticos de procesamiento de imágenes; software y programas informáticos de procesamiento de imágenes para teléfonos móviles.

Clase 42: Software como servicio [SaaS]; Plataforma como servicio [PaaS]; Alojamiento de plataformas de comercio electrónico en internet.

Relación servicios Clase 42 y productos Clase 9 Razonabilidad

Está Dirección evidencia que entre los servicios pretendidos para la **Clase 42** y los productos que protege la marca fundamento de la negación para la **Clase 9**, se genera una conexidad estrecha, toda vez que existe una relación directa entre la prestación de pretendidos los cuales se desarrollan respecto de un software que es el producto que protege la marca registrada, además de establecer que se trata de servicios y productos tecnológicos que corresponden al área de la informática. En ese escenario, no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector específico busque ampliar su esquema de

Ref. Expediente N° SD2025/0051483

negocios e incursione en otro tipo de servicios que corresponden al mismo nicho comercial, por lo tanto es razonable que dada la identidad de los signos y la realidad del mercado, teniendo en cuenta la naturaleza de los signos, se genere riesgo de confusión y asociación en los usuarios quienes al encontrar los signos en el mercado difícilmente podrían identificar los servicios y/o productos de su preferencia (confusión directa) y el distinto origen empresarial de los mismos (confusión indirecta).

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(...) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”.

En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada (interdependencia), que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los servicios en estudio, lo cual no se da en el presente caso.

Relación servicios Clase 42 Identidad

De la anterior relación de servicios, se establece que el signo solicitado pretende amparar servicios que no solo pertenecen a la misma clase de los servicios distinguidos por la marca registrada **Clase 42**, sino que además comparten la misma identidad, así como el género, la especie, la naturaleza y sus finalidades.

Por lo tanto, de permitir el registro del signo solicitado y dado el tipo de servicios que pretende amparar y teniendo en cuenta que se trata de los mismos servicios de la marca registrada, se concluye, que al estar en una misma oferta de mercado se trata de servicios sustituibles y/o intercambiables entre sí, pudiendo escoger el consumidor para satisfacer una misma necesidad entre los signos según variables como el precio y demás condiciones propias del mercado y no específicamente por diferenciar el origen empresarial de las marcas en estudio.

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 MUNI BY COOMEVA (Mixta) para

Ref. Expediente N° SD2025/0051483

distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA, 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 archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 15 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **42:** CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD EN LÍNEA PARA QUE LOS USUARIOS REGISTRADOS FORMEN COMUNIDADES VIRTUALES Y PARTICIPEN EN SERVICIOS DE REDES SOCIALES; DISEÑO DE SOFTWARE DE REDES SOCIALES EN LÍNEA; DISEÑO, PROGRAMACIÓN Y MANTENIMIENTO DE SITIOS WEB DE REDES SOCIALES; ACTUALIZACIÓN DE SITIOS WEB; ALOJAMIENTO DE SITIOS WEB DE TERCEROS; CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE SITIOS WEB; CREACIÓN DE SITIOS WEB; CREACIÓN, DISEÑO Y MANTENIMIENTO DE SITIOS WEB; DESARROLLO DE SITIOS WEB; DISEÑO DE PÁGINAS DE INICIO Y SITIOS WEB; GESTIÓN DE SITIOS WEB PARA TERCEROS; SERVICIOS DE DESARROLLO DE SITIOS WEB; CONVERSIÓN MULTIPLATAFORMA DE CONTENIDO DIGITAL A OTRAS FORMAS DE CONTENIDO DIGITAL; CONSULTORÍA TECNOLÓGICA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL; ASESORAMIENTO SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL; SERVICIOS DE ASESORAMIENTO SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.