

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 92646

Ref. Expediente N° SD2025/0048384

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 22 de mayo de 2025, la sociedad CORA GROUP S.A.S., solicitó el registro de la Marca **CORA GROUP** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 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 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

¹ 44: Servicios médicos y quirúrgicos.

Ref. Expediente N° SD2025/0048384

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 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
Mixta	Kora	NOVAVIDA COLOMBIA S.A.S.	SD2023/0105101	12	44	Marca	Registrada	11/07/2034

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 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° SD2025/0048384

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 “**CORA GROUP**” se encuentra incurso en las causales de irreregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado **CORA GROUP** y la marca registrada **KORA** presentan similitudes gramaticales, ortográficas y fonéticas que podrían generar error en el público consumidor cuando son percibidos de forma sucesiva y no simultánea.

En primer lugar, esta Dirección observa que, entre el vocablo relevante del signo solicitado **CORA GROUP**, y el elemento nominal preponderante y distintivo de la marca registrada que sirve como antecedente **KORA**, existen similitudes ortográficas y fonéticas que ameritan un análisis detallado. En efecto, al apreciarlos en conjunto y de forma sucesiva, no simultánea, se advierten similitudes determinadas por la extensión de los signos, su estructura silábica, así como las raíces y terminaciones que las constituyen, (**CORA** / **KORA**), lo que se evidencia en la coincidencia en la mayoría de las consonantes y vocales que los integran, ubicadas en posiciones gramaticales equivalentes, de manera que el cambio de la letra **C** del signo solicitado, por la letra **K** de la marca registrada, no otorgan un grado de diferenciación suficiente que permita viabilizar su registro.

Adicionalmente, se evidencia que los signos son fonéticamente confundibles, ya que su pronunciación genera un impacto sonoro similar, dada la disposición de los fonemas utilizados (**CORA** / **KORA**). Las variaciones del signo solicitado no tienen un peso suficiente



Ref. Expediente N° SD2025/0048384

para establecer una diferenciación sonora clara, considerando que la percepción auditiva se construye principalmente sobre la secuencia fonética, la cual se mantiene sustancialmente semejante en ambos signos.

Ahora bien, la adición del término “**GROUP**”, no le otorga la distintividad necesaria para su coexistencia, ya que, no altera su función ni disminuye su protagonismo dentro del conjunto. La coincidencia ortográfica y la correspondencia fonética entre los signos permite prever que el consumidor no encuentre elementos suficientes para diferenciarlos.

Finalmente, es pertinente recordar que en el mercado la identificación de productos y servicios se realiza, en gran medida, a través del componente nominativo de los signos. En tal virtud, las diferencias gráficas existentes no resultan determinantes cuando el elemento que genera la asociación o confusión es precisamente el vocablo predominante. Por consiguiente, la similitud fonética y ortográfica aquí analizada adquiere especial relevancia al evaluar el riesgo de confusión entre los signos.

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:

Clase 44: Servicios médicos y quirúrgicos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2023/0105101, Clase 44: Servicios médicos; consultoría sobre asistencia médica prestada por médicos y otro personal médico especializado; monitorización a distancia de datos médicos para el diagnóstico médico; monitorización a distancia de datos médicos para el tratamiento médico; análisis genéticos para uso médico; servicios de tratamiento de fertilidad humana; servicios médicos en el ámbito de la fecundación in vitro; bancos de células humanas; almacenamiento de células humanas para uso médico [servicios de bancos de células humanas]; tratamientos médicos que utilizan células cultivadas; servicios de bancos de óvulos humanos; servicios de bancos de semen; extracción y conservación de material biológico para el diagnóstico y el tratamiento

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° SD2025/0048384

médicos; extracción y conservación de recursos genéticos humanos para el diagnóstico y el tratamiento médicos; servicios médicos relacionados con la extracción, el tratamiento y la transformación de sangre humana, sangre del cordón umbilical, células humanas, células madre y de la médula espinal.

Conexidad competitiva entre servicios de la clase 44 Internacional (Identidad de Servicios y Principio de Razonabilidad⁵)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino servicios, y que, en una misma clase, pueden coexistir actividades incluidas principalmente por criterios de abstracta finalidad más que por factores comunes que permitan deducir un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de servicios, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

En efecto, de manera clara se observa que tanto la marca previamente registrada como el signo solicitado tienen como objeto actividades del mismo género, naturaleza y finalidad, particularmente en lo que se refiere a *servicios médicos y quirúrgicos*. En este sentido, servicios como *consultoría sobre asistencia médica, monitorización de datos médicos, tratamientos de fertilidad, análisis genéticos y servicios de bancos de material biológico* aparecen en ambas coberturas o guardan una relación directa con los servicios solicitados, lo que denota una coincidencia sustancial entre ellos. Por lo tanto, al identificar el mismo tipo de servicios, la relación de competencia directa es evidente.

Por otro lado, también existe una conexidad competitiva razonable entre los servicios médicos generales del signo solicitado y los servicios especializados en diagnóstico, tratamiento y conservación de material biológico de la marca previamente registrada, en tanto se trata de actividades que comparten finalidad, canales de prestación y contextos clínicos comunes. Esta proximidad funcional y de propósito fortalece la percepción de un posible origen empresarial común.

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 **CORA GROUP** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por CORA GROUP S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁵ Existe conexidad competitiva por principio de razonabilidad, partiendo desde la óptica del consumidor, el cual teniendo en cuenta la realidad del mercado "(...) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial. Así, en determinados mercados quien fabrica cerveza, también expende agua embotellada".

⁶ 44: Servicios médicos y quirúrgicos.

Ref. Expediente N° SD2025/0048384

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a CORA GROUP S.A.S., 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 11 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS