

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100473

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 16 de enero de 2025, **CITAPP SMART MOBILITY S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **CITAPP** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9° de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1057 del 04 de febrero de 2025, **COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA**, presentó oposición contra la clase 9° Internacional con fundamento en: Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(…)

I.- INTERES LEGÍTIMO DE LA COOPERATIVA MÉDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA PARA OPONERSE AL REGISTRO DE LA MARCA “CITAPP” EN LA CLASE No 09.

2.1.- La COOPERATIVA MÉDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA., es titular de los siguientes Derechos de Propiedad Industrial en Colombia, entre otras marcas, tal como lo puede verificar el Despacho:

Expediente No.	Certificado No.	Denominación	Etiqueta	Vigencia	Clase(s)
SD2022/0106721	742501	CITA EXPRESS		4/10/2033	38
SD2022/0106710	743380	CITA EXPRESS		13/10/2033	09

II.- HECHOS O FUNDAMENTOS DE LA OBSERVACION

3.1.- La sociedad CITAPP SMART MOBILITY S.A.S., ha solicitado el registro de la Marca de productos: “CITAPP”, para distinguir productos de la Clase No. 09, de la Clasificación Internacional de Niza, su Despacho aceptó la solicitud mencionada en el hecho Primero, y ordenó la Publicación del Extracto correspondiente, en la Gaceta de la Propiedad Industrial, No. 1057 del 04 de febrero de 2025, en la siguiente forma:

“(…)

3.2.- Al comparar las marcas se puede ver claramente que la Marca “CITAPP”, TAL COMO SE PRETENDE REGISTRAR ES SIMILAR A LA MARCA DEBIDAMENTE REGISTRADA POR PARTE DE MI REPRESENTADA “CITA EXPRESS”, TOTALMENTE CONFUNDIBLE CON LA MARCA SOLICITADA, esta CONFUSIÓN es aún mayor si los consideramos simultáneamente como más adelante se determina.

¹ 9: Aplicaciones de móviles; aplicaciones de software de computador; aplicaciones de software de computador para teléfonos móviles.



Ref. Expediente N° SD2025/0002213

En efecto, la marca "CITAPP" solicitada incurre en esta causal de irregistrabilidad toda vez que es similarmente confundible desde el punto de vista ORTOGRÁFICO, FONÉTICO, VISUAL y CONCEPTUAL con la marca "CITA EXPRESS" de tal forma que la distintividad de ambas marcas recae sobre los mismos elementos:

3.2.1.- Por el aspecto VISUAL VEMOS, entre los signos las siguientes partes similares o parecidas:

(...)

3.2.2.- Por el ASPECTO FONÉTICO, hay entre los signos mencionados las siguientes similitudes cuando se pronuncia:

*"CITA EXPRESS"/"CITAPP"/ "CITA EXPRESS"/"CITAPP"
"CITA EXPRESS"/"CITAPP"/ "CITA EXPRESS"/"CITAPP"
"CITA EXPRESS"/"CITAPP"/ "CITA EXPRESS"/"CITAPP"
"CITA EXPRESS"/"CITAPP"/ "CITA EXPRESS"/"CITAPP"
"CITA EXPRESS"/"CITAPP"/ "CITA EXPRESS"/"CITAPP"
"CITA EXPRESS"/"CITAPP"/ "CITA EXPRESS"/"CITAPP"*

3.2.3.- Por el aspecto ORTOGRÁFICO, podemos apreciar que tanto el signo debidamente registrado y el signo solicitado, presentan entre sí una fuerte semejanza por cuanto se escribe similar, especialmente porque el signo solicitado reproduce en una parte preponderante el signo "CITAPP".

(...)

3.2.4.- Por el Aspecto ideológico, la similitud entre la marca concedida de mí representada y la marca solicitada por la compañía INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION, es evidente, ya que cualquier CONSUMIDOR de productos de la clase No. 09, confundirá fácilmente en su mente: "CITAPP", con la marca "CITA EXPRESS" de mí representada, que distingue productos de la Clase No. 9 y servicios de la clase No. 38, siendo totalmente confundibles y conexos con los productos de la clase No. 09 de la solicitante.

(...)

Al aplicar la anterior jurisprudencia al caso que nos ocupa, se puede observar claramente que se cumplen todos los presupuestos de similitud entre la marca solicitada "CITAPP" y la marca "CITA EXPRESS", previamente registrada, sobre la cual existe un Derecho Adquirido por parte de mí representada:

(...)

De la similitud ortográfica existente entre las marcas en conflicto, se deriva una similitud fonética, toda vez que la marca solicitada "CITAPP" consiste en una reproducción de los elementos más distintivos de la marca previamente registrada, sin agregar elementos adicionales realmente distintivos que impliquen un impacto sonoro lo suficientemente diferenciador.

En consecuencia, el CONSUMIDOR pronunciará de manera muy similar la marca CITAPP y CITA EXPRESS, generándose así un inevitable riesgo de confusión entre éstas.

(...)

Clase 09 de la solicitante y los productos de la clase 09, que distingue la marca de mí representada, el consumidor se vería expuesto a un riesgo de asociación entre las marcas enfrentadas.

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

Puede concluirse que las marcas enfrentadas son similares desde el punto de vista ORTOGRÁFICO, FONÉTICO, VISUAL Y CONCEPTUAL, ya que al observarlas en su conjunto y de manera desprevenida como lo hace el consumidor, generan la misma impresión como resultado de la reproducción total que hace la marca solicitada "CITAPP" tramitada en este expediente con la marca debidamente registrada "CITA EXPRESS".

Es de anotar, que el impacto aquí es total, pues la Marca solicitada en su parte esencial corresponde a la denominación ("CITAPP"), la cual representa ser un Signo sin distintividad alguna y altamente similar a la marca de mi representada "CITA EXPRESS".

3.4.- La Superintendencia de Industria y Comercio deberá declarar fundada la presente oposición, porque mi representada tiene concedida su marca denominada "CITA EXPRESS" para distinguir productos de la Clase No. 09 y servicios de la clase 38 y esta solicitud de marca pretende apropiarse de la marca "CITAPP", al pretender registrar un Signo totalmente confundible para distinguir productos totalmente confundibles y conexos de la Clase No. 09 según la Clasificación Internacional de Niza.

3.5.- Por lo tanto el ejercicio que debe practicar en el cotejo marcario deberá hacerlo a partir de un hecho que es cierto que son similarmente confundibles, "CITA EXPRESS" vs "CITAPP", donde esta última ratificamos que la expresión por sí sola no cumple con la función de DISTINTIVIDAD, además que la marca "CITA EXPRESS", cuenta con un DERECHO ADQUIRIDO que no podrá ser desconocido o vulnerado por parte del Despacho, en lo que se refiere a los productos de la Clase No. 09 y servicios de la clase No. 38, según la Clasificación Internacional de Niza, siendo totalmente confundibles y conexos con los productos de la Clase No. 09 que pretende identificar la marca solicitada a registro.

(...)

En este evento la Marca "CITAPP" no es distintiva, y no deja de ser la solicitud una Marca que se encuadra dentro de las prohibiciones que están en el Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

(...)

3.10.- La coexistencia en el mercado de la Marca solicitada a registro, "CITAPP" de concederse éste y la Marca de mi representada, produciría confusión en los consumidores, y perjudica no solo a mi Cliente, al vulnerársele derechos legítimamente adquiridos, sino al público en general, y de acuerdo a todo lo anterior, el posible registro de la Marca CITAPP tiene como único fin el obtener un aprovechamiento económico indebido, dada la calidad y aceptación de los productos y servicios prestados por mi poderdante, y por la calidad de éstos, lo que frente a ésta última, representa con absoluta certeza un daño económico, comercial y por ende una dilución de la fuerza distintiva y del valor comercial de los productos y servicios originales: "CITA EXPRESS".

3.11.- La COOPERATIVA MÉDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DECOLOMBIA COOMEVA., no ha autorizado a persona alguna para usar sus marcas, o una expresión confundiblemente similar, dentro del territorio colombiano, la cual goza de protección legal adquirida, evento en el cual procedería la viabilidad de la solicitud de la referencia, quedando demostrado que la Marca solicitada "CITAPP" es similarmente confundible a la Marca de mi representada, por lo tanto atentamente solicito a usted, se sirva declarar fundada la presente Observación y negar el Registro de la Marca solicitada por la CITAPP SMART MOBILITY S.A.S., y evitar que la solicitante de la Marca, se pueda aprovechar de la calidad y aceptación de los productos y servicios de mi Cliente.

3.12.- La Clase que pretende Registrar la sociedad CITAPP SMART MOBILITY S.A.S.;

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

es la Clase No. 09, y el consumidor, llegaría a pensar que se trata de productos con la Marca de mi representada "CITA EXPRESS", donde así las cosas, cabe afirmar que los PRODUCTOS de mi representada guardan una relación y conexidad con los PRODUCTOS prestados a través de la marca solicitada a registro, desarrollándose por canales de prestación, publicidad y divulgación, iguales por lo que su concurrencia en un ámbito común habría peligro de error o confusión, además los canales de prestación de servicios, son similares, y fácilmente no son diferenciables los unos de los otros, por lo que no pueden coexistir pacíficamente en el mercado, cuando los productos y servicios que amparan son tan similares en su naturaleza y fines que existiría la posibilidad de duda en el público que los solicite. Los productos y servicios son conexos, donde se puede hablar del riesgo de confusión, en virtud de que el área comercial es igual o similar.

(...)

3.14.- Porque indiscutiblemente estamos frente a signos que, si presentan riesgo de confusión, pretendiendo la solicitante la utilización del prestigio, fama, clientela y publicidad de mí representada máxime si se ocupan de productos afines, y si se concediera la marca "CITAPP" generará la desviación de la clientela, y actos en contra de mí representada. En consecuencia, este registro que pretende realizar de la Marca "CITAPP", en la Clase No. 09, constituye sin lugar a dudas actos en contra de los intereses de mí representada, que ni siquiera la Superintendencia de Industria y Comercio, puede prestarse para que una persona natural o jurídica se apropie en forma indebida de una marca que tiene un prestigio y un posicionamiento para los productos de la Clase No. 09 y servicios de la Clase No. 38, donde se demuestra claramente las intenciones de la solicitante al pretender registrar este signo, violando el principio de transparencia que debe existir en el mercado, atentando en forma directa contra la libre y responsable competencia económica, obteniendo la sociedad CITAPP SMART MOBILITY S.A.S., un aprovechamiento económico indebido, dada la calidad y aceptación de los servicios prestados por mi poderdante, lo que frente a ésta última representa con absoluta certeza un daño económico, comercial, y por ende una dilución de la fuerza distintiva y del valor comercial de los productos y servicios originales de "CITA EXPRESS".

3.15.- Podemos concluir entonces que al efectuar el estudio de confundibilidad se concluye que entre la marca solicitada "CITAPP" y la marca REGISTRADA "CITA EXPRESS", Si existen semejanzas que inducen a los consumidores a error por lo que está solicitud está comprendida dentro de la causal de irregistrabilidad comprendida dentro de la causal prevista en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En el caso en estudio la impresión de conjunto despertada por las marcas en confrontación examinadas en su conjunto, arroja una total confusión, porque conceptual, fonética y ortográficamente, son iguales, y en consecuencia estas marcas no pueden coexistir en el mercado porque generan confusión en los consumidores y usuarios, porque la marca es un signo que permite al industrial, al comerciante, distinguir los productos o servicios de su industria, o comercio.

(...)

En el caso que nos ocupa, entre ambas marcas la marca "CITA EXPRESS" vs "CITAPP" en las cuales el elemento determinante y predominante es el nominativo, dada la fuerza propia de las palabras. Por lo tanto, el análisis comparativo deberá centrarse en sus denominaciones. Así las cosas, al dar aplicación a los criterios anteriormente establecidos consideramos que al comparar el signo "CITAPP" y la marca registrada "CITA EXPRESS", existen semejanzas susceptibles de causar confusión o riesgo de confusión. Esto obedece a que la marca solicitada, si bien contiene elementos gráficos y denominativos, estos resultan secundarios o accesorios frente a la denominación "CITAPP" destacada por su tamaño y colocación dentro del conjunto del signo.

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

Estas diferencias ortográficas, de cada signo, no son suficientes para superar sus semejanzas visuales y fonéticas perceptibles luego de un primer impacto general.

Así, partiendo de que en la comparación de marcas debe tenerse en cuenta más las semejanzas que las diferencias, podemos afirmar que, de coexistir las marcas enfrentadas en el mercado, para distinguir PRODUCTOS conexos, similares o relacionados competitivamente, inducirían al consumidor a error respecto del origen empresarial de los PRODUCTOS que buscan distinguir.

Por lo tanto, en virtud de los hechos mencionados anteriormente, solicitamos que se declare fundadas estas Observaciones, y como tal se niegue el Registro de la Marca "CITAPP" para distinguir productos de la Clase No. 09 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por la sociedad CITAPP SMART MOBILITY S.A.S.

(...)"

Que dentro del término concedido para tal efecto, **CITAPP SMART MOBILITY S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

"(...)

2. DEFENSA DE LA SOLICITUD

A continuación, demostraremos que la marca solicitada puede ser concedida debido a que el concepto de la marca previamente registrada es de conocimiento de la mayoría de los consumidores y que la marca solicitada demuestra una expresión diferente.

2.1 Uso común del prefijo "CITA"

El Tribunal en estos casos ha manifestado que al crear un signo distintivo se puede hacer uso de toda clase de prefijos, sufijos, raíces o terminaciones de uso común, los que no pueden ser objeto de monopolio o dominio absoluto de persona alguna, por lo que su titular no está amparado por la ley para oponerse a que terceros los utilicen, en combinación de otros elementos, en el diseño de signos marcarios.

Igualmente, se ha referido que al efectuar el examen de registrabilidad en esta clase de marcas, no deben tomarse en cuenta las partículas o palabras de uso general o común, ésta es una excepción al principio de que el cotejo de las marcas debe realizarse atendiendo a una simple visión de los signos que se enfrentan, donde el todo prevalece sobre sus componentes.

(...)

En una búsqueda realizada con el prefijo "CITA" que viene a colación por su fonética y ortografía, encontramos que existen 10 signos con la misma clase y en las que tiene conexión competitiva. Veamos algunas evidencias:



Superintendencia de
Industria y Comercio

Resolución N° 100473

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

10140271	201 45	LA CITA PERFECTA ENCUENTRAT E AQUI		Regist rada	OMAR ALEXANDE R GONZALEZ DURAN	3 5
15188657	546 403	Citabella	25 ab r. 20 26	Regist rada	ELVIA ROSA PACHECO NAVARRO	2 73 5 6 , 3 5
921532680	106 6	CITANOVA		Regist rada	JORGE H. RESTREPO [&] CIA. LTDA.	9
SD2017/0030 096	580 671	CITALI	12 dic 20 27	Regist rada	CELSA S.A.S.	1 79 1 6 , 3 7
SD2018/0100 242	625 140	CITAV CENTRO DE INVESTIGACIO NES TÉCNICAS DE LA ACTIVIDAD VALUATORIA	14 ag o. 20 29	Regist rada	REGISTRO NACIONAL DE AVALUADO RES R N A	4 84 2 8
SD2019/0050 585	639 534	CITADINNO LA CIUDAD CAMBIA	31 en e. 20 30	Regist rada	PROKSOL S.A.S. ABACUS REAL ESTATE HOLDINGS S.A.S	3 86 7 3
SD2020/0046 245	672 546	CITA CON MIS OJOS	06 en e. 20 31	Regist rada	SERVIOPTI CA S.A.S	9 89 , 7 3 5 , 4 2
SD2022/0103 068	736 858	CITASMÉDICA S.ES ES LO QUE ES	18 jul. 20 33	Regist rada	CITAS MEDICAS.E S WORLD S.A.S	9 98 , 3 3 5 , 3 6

(...)

2.2 En esta oportunidad cito algunos apartes del proceso 61-IP-2011 FRUGOS Y



Ref. Expediente N° SD2025/0002213

FRUCTUS

"En las denominaciones confrontadas FRUGOS Y FRUCTUS, se ha utilizado el mismo prefijo FRU, que, por el empleo del mismo en un determinado número de marcas, se ha convertido en uno de aquellos denominados de uso común, y que no puede ser apropiado con el carácter de exclusivo.

Estos prefijos o sufijos no impiden que posteriormente puedan componer otra expresión gramatical, que reuniendo características propias y distintivas se convierta en un signo registrable, evitándose en todo momento que se produzca similitud gráfica, ortográfica o conceptual.

(...)

Los signos materia de examen por parte del juez nacional son FRUCTUS y FRUGOS, y en una primera visión general de los mismos, descartando los prefijos comunes como se dice anteriormente, deberá examinar si las terminaciones GOS Y CTUS, provocarían una mayor diferenciación que anularía o no las semejanzas del prefijo FRU. Le corresponde decidir si las semejanzas que son los elementos que conllevan a la confundibilidad darían o no lugar a determinar una confusión en este campo, considerando la presencia de elementos distintivos en cada signo que podrían anotar una diferenciación, siempre que al criterio subjetivo del juez consultante sobresalgan en la visión integral entre los dos signos.

2.3 Derechos de autor

En Colombia, la Ley de Propiedad Industrial y la Ley de Derechos de Autor protegen aspectos diferentes de la propiedad intelectual, aunque pueden coincidir en la protección de ciertos nombres bajo circunstancias específicas.

Protección bajo la Ley de Derechos de Autor

La Ley 23 de 1982 protege los derechos de autor sobre obras literarias, científicas, artísticas y otras creaciones intelectuales, incluyendo el derecho moral que contempla el reconocimiento del nombre del autor en la obra. Este derecho moral incluye que el nombre, seudónimo o signo equivalente del autor aparezca en la obra o en sus reproducciones, y no requiere registro para su protección. La protección dura toda la vida del autor más 80 años después de su muerte.

Protección bajo la Ley de Propiedad Industrial

La Ley de Propiedad Industrial protege signos distintivos como marcas, nombres comerciales, y otros signos que identifican productos o servicios en el mercado. Esta protección es diferente y complementaria a la de derechos de autor y se enfoca en evitar la confusión en el comercio y proteger la reputación comercial.

(...)

La Ley de Propiedad Industrial protege el uso exclusivo del nombre en el comercio, mientras que la Ley de Derechos de Autor protege el reconocimiento del autor y la integridad de la obra.

En la era digital, la protección de nombres en redes sociales o plataformas puede involucrar ambas leyes. La Ley de Propiedad Industrial protege los nombres amparados por la Ley de Derechos de Autor cuando estos nombres se usan como signos distintivos en el comercio y se registran como marcas o nombres comerciales, otorgando una protección específica para evitar la competencia desleal o la confusión en el mercado.

En ese orden de ideas, quiero advertir a esa honorable oficina que mi obra de software

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

está amparada por la dirección nacional de derechos de autor como se puede ver al final del documento.

(...)"

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

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

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	CITA EXPRESS	COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA	SD2022/0106710	11	9	Marca	Registrada	13 oct. 2033
Mixta	CITA EXPRESS	COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA	SD2022/0106721	11	38	Marca	Registrada	04 oct. 2033

Los signos a comparar son los siguientes:



El signo solicitado a registro es de naturaleza mixta. Se encuentra conformado por la expresión **CITAPP** en grafía especial, la cual se encuentra dispuesta en color blanco. A su lado izquierdo se ubica la figura de un cono de tránsito color naranja donde en su parte inferior se ubican recuadros formando una línea recta, en colores rojo, naranja, amarillo y verde. Todo lo anterior se ubica en un fondo color gris.

complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentrífico) 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° SD2025/0002213



Los signos opositores son de naturaleza mixta. Se encuentran compuestos por la expresión **CITA EXPRESS** en grafía especial. La anterior, se encuentra dispuesta en color blanco, donde la palabra **CITA** se ubica encima de la palabra **EXPRESS**, adicionalmente en la parte superior derecha se ubica la figura de un estetoscopio, donde su maguera se une con la letra “X” de la palabra **EXPRESS**, todo esto se ubica en un fondo color azul.

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

“(i) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.⁴

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro”.⁵

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Análisis comparativo

Habiéndose establecido la naturaleza de los signos en cotejo, esta Dirección debe precisar que, si bien los signos forman una conjunción de elementos que no es susceptible de ser dividida en sus partes y que debe ser analizada en su conjunto, ello no obsta para que, dentro del conjunto marcario, se analicen aquellos componentes que ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor, pues dicho análisis es necesario para determinar si los signos son susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación.

Al analizar los signos confrontados, se observa que es el elemento nominativo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios reivindicados con estos signos y debido a la fuerza natural y recordación que tienen las palabras en la mente de los consumidores.

Claro lo anterior, esta Dirección luego de analizar los signos y con base en los criterios jurisprudenciales y doctrinarios de confundibilidad encuentra que, los mismos enfrentados

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

⁵ Ibidem

Resolución N° 100473

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

después de un primer impacto general no son confundibles. En efecto, cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales nominativos y gráficos que generan que al ser pronunciados, transcritos y visualizados produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación (**CITAPP / CITA EXPRESS**).

Véase como, al ser pronunciadas por el consumidor, el sonido que producen no resulta similar, debido a que presentan pocas coincidencias vocálicas (I-A / I-A-E-E), así como tampoco comparten la mayoría de sus consonantes (C-T-P-P / C-T-X-P-R-S-S), ni su disposición dentro del conjunto. Sumado a lo anterior, encuentra esta Dirección que si bien la parte gráfica de los mismos no resulta ser sobresaliente, no se encuentra similitud alguna entre la imagen del signo solicitado y la de la marca opositora, como quiera que presentan particularidades propias que facilitan su diferenciación.

De conformidad con lo anterior, si bien, los signos comparten semejanza en cuanto al empleo de una partícula (CITA), analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen se evidencia que el signo solicitado presenta una estructura diferenciable a la del signo opositor. Según las consideraciones antes expuestas, aunque los signos confrontados coinciden en algunas de sus letras, los elementos adicionales nominativos y gráficos que presentan, permiten su individualización, por lo que el uso del signo pretendido no es susceptible de acarrear riesgo de confusión en el mercado.

Como quiera que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los servicios identificados por los mismos.

Es oportuno anotar que el solicitante sólo podrá ejercer exclusividad sobre el signo considerado en su conjunto, más no sobre los elementos del conjunto independientemente considerados, pues estos son conceptos débilmente distintivos que pueden ser utilizados por cualquier otro empresario del sector para informar algo sobre los productos de la Clase 9, siempre y cuando no sea un signo idéntico o similarmente confundible con el conjunto distintivo del signo “**CITAPP (Mixta)**” o cualquier otro signo registrado para los productos idénticos, similares o relacionados. En otras palabras, solo es oponible el conjunto y no puede privarse a otros comerciantes de utilizar tales elementos nominativos en otra disposición o separados del contexto marcario que aquí se estudia.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

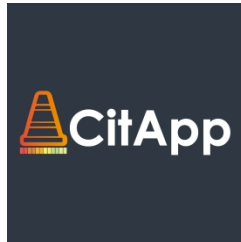
En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA** contra la clase 9ª Internacional.

ARTÍCULO 2. Conceder el registro de la Marca **CITAPP (Mixta)**.

Ref. Expediente N° SD2025/0002213



Reivindicación de colores:

Gris
Rojo
Naranja
Amarillo
Verde
Blanco

Para distinguir productos servicios comprendidos en la clase:

9: Aplicaciones de móviles; aplicaciones de software de computador; aplicaciones de software de computador para teléfonos móviles.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: **CITAPP SMART MOBILITY S.A.S.**
KR 12 # 79 - 35 OFC 302
BOGOTÁ 110221 D.C.
COLOMBIA

Vigencia: Diez (10) años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3. Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4. Notificar a **CITAPP SMART MOBILITY S.A.S., solicitante** del registro y a **COOPERATIVA MEDICA DEL VALLE Y DE PROFESIONALES DE COLOMBIA COOMEVA opositor**, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 1 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA

Ref. Expediente N° SD2025/0002213

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

