

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3309

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

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 9 de julio de 2025, la sociedad **Banco Davivienda S.A.**, solicitó el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)** para distinguir productos y servicios comprendidos en las Clases 9, 35, 36, 38, 41, 42, 44 y 45 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1074 del 28 de julio de 2025, la

¹ **9:** Software descargable para participar en redes sociales e interactuar con comunidades en línea; aplicaciones de móviles; aplicaciones descargables; aplicaciones informáticas; aplicaciones descargables para móviles; aplicaciones móviles educativas; aplicaciones de software informático para uso con inteligencia artificial; aplicaciones de software descargables para redes de comunicación de medios sociales; aplicaciones de software informático descargables para compartir vídeos y fotos en plataformas de redes sociales; software de aplicación informática descargable para plataformas basadas en cadenas de bloques, en concreto, software para intercambios digitales de artículos virtuales; software informático descargable para crear, acceder, leer y rastrear información en el campo de tokens no fungibles en una cadena de bloques; medios digitales, a saber, tokens no fungibles con contenido de audio, video, texto y gráfico; archivos de datos electrónicos descargables con tokens no fungibles (NFT).

35: Promoción de la concienciación pública sobre el bienestar social; servicios de publicidad para la promoción de la concienciación pública sobre el bienestar social; servicios de publicidad para promover la concienciación pública sobre el bienestar social; análisis de beneficios; encuestas de beneficios; análisis de beneficios empresariales; consultoría de gestión corporativa; desarrollo de estrategias de organización empresarial en relación con la responsabilidad social corporativa; servicios publicitarios para crear identidad corporativa y de marca; marketing digital; consultoría de marketing digital; servicios de consultoría comercial para la transformación digital; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de inteligencia artificial digital descargable autenticada por tokens no fungibles [NFT]; promoción de los intereses comerciales y empresariales de los profesionales en el desarrollo de las aplicaciones de software móvil proporcionada por una asociación a sus miembros; servicios de asesoramiento empresarial en materia de responsabilidad social de las empresas; desarrollo de estrategias de organización empresarial en relación con la responsabilidad social corporativa.

36: Servicios financieros; servicios de seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios, análisis; tokens digitales en la naturaleza de emisión de tokens de valor; emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain; emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain para representar un artículo coleccionable; emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain para almacenamiento de datos y limitación de acceso a contenidos. Emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain para representar un artículo coleccionable; emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain para almacenamiento de datos y limitación de acceso a contenidos.

38: Telecomunicaciones; servicios de comunicación electrónica; servicios de comunicación entre bancos de datos; servicios de interconexión de bancos de datos; facilitación de acceso a un banco de datos; servicios de telecomunicaciones entre instituciones financieras; servicios de comunicación electrónica para instituciones financieras; servicios de comunicación electrónica para preparar información financiera.

41: Provisión de talleres en línea en el campo del bienestar; servicios de bienestar en cuanto formación en salud y fitness; suministro de cursos de instrucción en línea en el ámbito del bienestar; suministro de materiales educativos en línea en el campo del bienestar; suministro de clases, seminarios, talleres, presentaciones y retiros en el ámbito del bienestar; suministro de manuales y materiales didácticos en el campo del bienestar; suministro de coaching [formación], tutorías, formaciones, cursos y talleres en el ámbito del bienestar; servicios de publicación digital en línea; servicios de edición de esparcimiento multimedia, de audio y vídeo digital; servicios de publicación de contenidos recreativos multimedia, de audio y de vídeo digital; suministro de entretenimiento de audios y vídeos no descargables mediante transmisión electrónica o digital; publicación multimedia en materia de software; servicios de edición [publicación] de software de esparcimiento multimedia; servicios de educación e instrucción sobre arte, manualidades, deportes y cultura general; organización de festivales; organización de festivales con fines culturales; organización de festivales con fines recreativos; organización de festivales con una finalidad de entretenimiento; academias [educación]; instrucción [enseñanza]; organización y dirección de talleres de formación; organización de concursos [actividades educativas o recreativas]; talleres con fines culturales; orientación profesional y vocacional [asesoramiento en educación o formación]; exámenes pedagógicos; organización y dirección de congresos, seminarios y conferencias y eventos para empresarios; puesta a disposición de instalaciones recreativas; información sobre educación; servicios educativos; educación y enseñanza.

42: Alojamiento de contenido digital en internet; conversión multiplataforma de contenido digital a otras formas de contenido digital; servicios de creación de contenidos digitales en cuanto creación de animación digital para películas, vídeos y programas informáticos; software como servicio (saas) con software de redes neurales profundas; software como servicio [saas] con software para aprendizaje automático; actualización de software de bases de datos; alojamiento de software como servicio [saas]; alojamiento de software para la gestión de bibliotecas; desarrollo de hardware y software informáticos; diseño de software de bases de datos informáticas; diseño, mantenimiento y actualización de software.

44: Consultoría sobre salud mental y bienestar; suministro de información sobre salud y bienestar; servicios de bienestar en cuanto asesoramiento en salud y nutrición; suministro de información sobre salud mental y bienestar; servicios de estaciones termales para la salud y el bienestar del cuerpo y el espíritu; servicios de balneoterapia prestados en balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y espiritual; asesoramiento sobre la salud; servicios de salud en el trabajo.

45: Servicios de consultoría de meditación espiritual con fines de bienestar; servicios de bienestar en cuanto orientación espiritual para satisfacer necesidades individuales; servicios de bienestar en cuanto orientación espiritual y para mejorar la confianza en sí mismo.



Ref. Expediente N° SD2025/0067763

Sociedad **The Be Company S.A.S.**, presentó oposición contra la solicitud de registro en las Clases 9, 35, 36, 38 y 42 Internacional con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“Sobre el particular es importante de una vez destacar el siguiente aspecto que constituye el argumento principal para oponernos a la marca cuyo registro se solicita.

Lo primero que hay que decir es que analizados los signos en conflicto y vistos de acuerdo con la gráfica anterior, son similarmente confundibles, pues al apreciarlos en conjunto como se debe proceder, se observa que son gráfica, ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado BE BY DAVIVENDA reproduce de forma idéntica la parte relevante de las marcas opositoras BE.

Como lo ha sostenido la oficina de marcas, es el elemento nominativo de cada signo 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 protegidos con estas marcas.

De conformidad con lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado es BE comoquiera que su tamaño y posición en el signo lo resalta; por lo que se colige que este hace parte de las marcas opositoras, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

Es por ello, que se observan claras semejanzas en los vocablos predominantes en cada uno de los signos confrontados, BE, elemento relevante en la configuración del signo y que resalta respecto de los demás, de esta manera, el signo solicitado resulta confundible con los signos antecedentes que sirven de fundamento a la oposición.

Al realizar la confrontación de los signos en conflicto donde el elemento predominante es el denominativo, en el cual se sustenta su distintividad y teniendo en consideración los criterios jurisprudenciales y doctrinarios de confundibilidad, surge como conclusión que las expresiones BE BY DAVIVIENDA y las marcas de mi representada, después de un primer impacto general, son susceptibles de crear confusión y asociación.

La marca cuyo registro se objeta, BE BY DAVIVIENDA, desde el punto de vista gramatical es en exceso similar a las marcas de mi representada en las cuales sobresale la palabra BE, pues la reproduce en su integridad, y su tamaño y posición en el signo es lo que resalta, de donde se deriva el riesgo de confusión y asociación, sin que la inclusión de otros elementos nominativos en la conformación de la marca a cuyo registro me opongo logre mitigar o disminuir el riesgo de confusión.

Por lo anterior, en consideración a la naturaleza de los signos enfrentados, se colige que al apreciar los mismos desde la perspectiva de su conjunto, de manera sucesiva y no simultánea, presentan grandes similitudes con la entidad suficiente para generar confusión o inducir a error al público consumidor.

Adicionalmente se trata de productos y servicios iguales, como lo son los de la CLASES 9, 35, 36, 38 y 42 de la clasificación internacional lo cual no se puede permitir en razón al riesgo de confusión y asociación que conlleva al público consumidor.

Es evidente que la distribución de las letras en cada uno de estos signos distintivos, en vez de producir una pauta diferenciadora importante, lo que hace es generar un

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

impacto visual idéntico entre las dos expresiones, y el consumidor medio no podrá distinguir con facilidad el origen empresarial de los productos y servicios por cada una de estas marcas, generando un grave perjuicio a mi representada que ha hecho enormes esfuerzos económicos de mercadeo y ventas para posicionar su familia de marcas en el mercado.

Desde el punto de vista fonético, visto lo anterior, y atendiendo la organización estructural de los signos en conflicto, vemos como las marcas enfrentadas presentan similitudes derivadas de su pronunciación sucesiva, por cuanto emiten un sonido idéntico, imposible de distinguir por el consumidor en el momento de adquirir el producto o servicio, generándose un perjuicio directo para él.

Lo anterior no podría ser distinto ya que en la marca cuyo registro se objeta, BE BY DAVIVIENDA, sobresale la palabra BE debido a su tamaño y posición dentro del signo, con lo que se configura una reproducción íntegra del elemento BE, elemento fundamental en las marcas de mi representada, lo que trae como consecuencia que su pronunciación y las similitudes fonéticas surjan de bulto, razón por la cual desde esta perspectiva se presentan también similitudes que impiden la coexistencia de las marcas en el mercado.

Los signos comparados se articulan de forma igual y por consiguiente el consumidor, al tener la impresión adicional, podrían asociar los signos con el mismo origen empresarial o creer que se trata de una nueva línea de productos o servicios perteneciente al titular de las marcas previamente registradas, cuando en realidad lo que aquí sucede es que los signos están protegidos por competidores directos.

En efecto, las anotadas semejanzas evidenciadas tras el cotejo del conjunto de la expresión solicitada en registro y las marcas registradas, no le confieren a la primera la suficiente distintividad para que el público consumidor pueda diferenciarla de las marcas registradas a nombre de mi representada, existiendo riesgo de confusión.

No hay duda de que los signos son fonéticamente semejantes, al compartir la expresión BE pues integran una secuencia de fonemas muy parecida por lo que al ser pronunciados generan un impacto sonoro en exceso similar.

Por lo anterior, es claro que en caso de coexistencia el consumidor no estará en condiciones de diferenciar las marcas y asociarlas con un origen empresarial distinto, generándose así un evidente riesgo de confusión y asociación entre las mismas, tomando en cuenta que la expresión BE BY DAVIVIENDA se encuentra en la misma disposición y ubicación que las marcas registradas, por lo que el consumidor puede asumir erróneamente que las marcas protegen productos o servicios que tienen algún vínculo u origen empresarial común.

(...)

De acuerdo con lo anterior estamos frente a un caso de una familia de marcas, figura a la cual se le debe reconocer la protección correspondiente.

Analizando los registros marcarios que tiene THE BE COMPANY S.A.S., se concluye que la expresión BE ha sido común a gran parte de ellos, demostrándose así que no se trata de una simple coincidencia, sino que ha sido base de la comercialización de sus servicios, el darle relevancia entre el público consumidor a la partícula BE, con el fin de que sus consumidores relacionen cada uno de sus productos o servicios con un mismo origen empresarial, razón por la cual la mencionada partícula se encuentra plenamente protegida.

Ruego al Despacho establecer la existencia de una familia de marcas de propiedad de la sociedad opositora THE BE COMPANY S.A.S., y por tanto reconocer la protección otorgada por esta figura jurídica en cabeza del opositor, cuyos esfuerzos comerciales han sido dirigidos a perpetrar en la mente del consumidor, la expresión

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

BE como elemento distintivo de sus servicios frente a otros competidores.

Con base en lo anterior, los signos en conflicto resultan confundibles, pues el signo solicitado reproduce la expresión característica de la familia de marcas del opositor, “BE”, expresión en relación con la cual cabe agregar, que al ser de naturaleza arbitraria, es decir, que no evoca o sugiere los productos o servicios que identifica, pues ha tenido que ser objeto de esfuerzos por parte del empresario, para que el consumidor la reconozca identificando los servicios establecidos, por lo cual no se puede permitir la existencia de la marca a cuyo registro me opongo.

(...)

De la simple enunciación de los productos y servicios a amparar por las marcas en conflicto, hay que mencionar que estamos hablando exactamente de los mismos, es decir, SOFTWARE, SERVICIOS DE PUBLICIDAD, SERVICIOS FINANCIEROS, MONETARIOS, TELECOMUNICACIONES, SERVICIOS TECNOLOGICOS; razón por la cual no vale la pena desgastarse en hacer un análisis de conexión competitiva ya que la identidad de las actividades desarrolladas por las partes involucradas surge “de bulto”

En este caso, la semejanza ortográfica y fonética entre los signos, implica per se un alto riesgo de confusión o asociación en caso de concederse la marca solicitada. Sobre este aspecto el Tribunal Andino ha señalado que cuando los signos en conflicto sean idénticos o muy semejantes, como en el caso presente, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos y servicios amparados por las marcas en conflicto.

Con base en lo anterior, al aplicar la teoría de la interdependencia, que implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y/o servicios que distinguen, el análisis comparativo de los signos en conflicto debe ser más riguroso. Por ello, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos y servicios, lo cual no se da en el presente caso.

Analizada la cobertura de los signos enfrentados, se colige que entre éstas existe una conexión estrecha y directa, al tratarse de productos y servicios que pertenecen al mismo sector. Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector afín al del antecedente antes mencionado.

En consecuencia, como lo ha sostenido ese Despacho, un consumidor desprevenido no estará en la capacidad de percibir un origen empresarial independiente al encontrarse frente a cualquiera de los signos en cotejo, desdibujándose así la esencia del Derecho de Propiedad Industrial, el cual, entre otros fines, persigue el buen funcionamiento del mercado en general, evitando que se genere riesgo de confusión.

Sin duda hay un alto riesgo de confusión y el consumidor no los va a poder diferenciar y tener claridad sobre el origen empresarial de cada uno de ellos.

Es decir, en este caso se genera la denominada confusión indirecta y por lo tanto los signos confrontados no pueden coexistir en el mercado, ya que de concederse el signo solicitado no se va a generar riesgo de asociación o confusión con la marca base de la oposición, en otras palabras, va a haber perjuicio para los consumidores y se va a afectar el derecho de exclusiva de terceros.

Hay que recordar que un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado estará incurso en la causal de irregistrabilidad analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

Que dentro del término conferido para ello, la sociedad **Banco Davivienda S.A.**, dio respuesta a la oposición el día 2 de diciembre de 2025, mediante correo electrónico remitido a contactenos@sic.gov.co, bajo las siguientes consideraciones:

“De conformidad con lo anterior, en el caso de marcas que contienen palabras de uso común, al realizar el examen comparativo, éstas no deben considerarse a efectos de determinar si existe confusión.

Respeto del caso que nos compete, queda demostrado a este despacho que, la expresión “BE”, cumple todos los criterios de un elemento de uso común, frente a los productos y servicios de las clases 09, 35, 36, 38 y 42 Internacional. Por tanto, la misma no deberá ser tomada en cuenta al momento del examen de registrabilidad.

Adicionalmente, el opositor desconoce las reglas del cotejo marcario al realizar un análisis fraccionado e los signos, en lugar de apreciarlos en su conjunto. En efecto, omite considerar los elementos nominativos y gráficos adicionales que conforman la marca mixta BE BY DAVIVIENDA, los cuales contribuyen de manera decisiva a su distintividad.

(...)

El opositor pretende desestimar el hecho de que la única coincidencia entre los signos enfrentados radica en la expresión “BE”, término de uso común sobre el cual no ostenta derechos exclusivos. En efecto, la coincidencia entre las marcas se limita exclusivamente a dicha expresión, carente de distintividad intrínseca, razón por la cual no es susceptible de monopolio y la capacidad distintiva de los signos que la contengan depende necesariamente de los elementos adicionales gráficos y/o nominativos que acompañen al signo.

Ello se evidencia, además, en que no existe una marca nominativa compuesta únicamente por la expresión “BE” registrada en Colombia, precisamente porque dicha expresión, por sí sola, no cumple con la distintividad intrínseca necesaria para acceder al registro. Son los elementos adicionales incorporados en cada signo los que otorgan la distintividad suficiente para su protección marcaria.

(...)

Si la sola coincidencia en la expresión “BE” fuera suficiente para generar riesgo de confusión, las marcas del opositor habrían sido denegadas en su momento, pues ya existen múltiples signos que incorporaban dicha expresión, incluso algunos consistentes exclusivamente en ella a nivel nominativo.

En consecuencia, resulta claro que la distintividad de los signos que contienen la expresión “BE” proviene de los elementos nominativos y gráficos adicionales que los conforman. Por ello, el examen debe realizarse conforme a las reglas del cotejo marcario, atendiendo a la percepción de conjunto del signo y no mediante un análisis fragmentado, como erradamente lo plantea la sociedad opositora.

Analizando los signos en comparación, podemos afirmar que, existen suficientes diferencias ortográficas entre ellos. Los signos coinciden en menos del 15% de su ortografía, resultando los demás elementos nominativos diferentes y distintivos:

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

Marca solicitada:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
B	E	B	Y	D	A	V	I	V	I	E	N	D	A

Marcas opositoras:

1	2
B	E

1	2	3	4	5	6	7	8	9
B	E	B	E	M	O	V	I	L

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
T	H	E	B	E	C	O	M	P	A	N	Y

1	2	3	4	5
B	E	P	A	Y

1	2	3	4
B	E	W	E

1	2	3	4	5	6	7
B	E	M	O	V	I	L

1	2	3	4	5	6
B	E	B	A	N	K

En cuanto a la fonética de las marcas, también es distintiva:

BE BY DAVIVIENDA: /b-bai-da-vi-vi-en-da

BE: /bi/

BE BY DAVIVIENDA vs BE	Marca solicitada	Marca previa
Secuencia vocálica diferente	i-a-i-a-i-i-e-a	I
Secuencia consonántica diferente	b-b-d-v-v-n-d	B
Sonido final	/da/	/bi/

Como puede apreciarse, los signos presentan diferencias fonéticas que los hacen perfectamente distinguibles por el público consumidor, coincidiendo únicamente en el sonido inicial /bi/, esto es sólo en un 14_% de la pronunciación de la marca solicitada.”

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.



Ref. Expediente N° SD2025/0067763

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.

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.

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° SD2025/0067763

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 con oposición para identificar productos y servicios de las Clases 9, 35, 36, 38 y 42 Internacional

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	BE WE	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2023/0050101	11	9, 36	Marca	23/11/2033	Registrada
Mixta	BE PAY		SD2023/0050079	11	36	Marca	28/06/2034	Registrada
Mixta	BE BANK		SD2025/0065069	12	36	Marca		Bajo Examen de Fondo
Mixta	BE MOVIL		SD2023/0050129	11	35, 36	Marca	22/07/2034	Registrada
Mixta	THE BE COMPANY		SD2023/0050055	11	9, 36, 38, 42	Marca	23/09/2034	Registrada
Mixta	BE BEMOVIL		SD2022/0004818	11	35	Marca	21/06/2032	Registrada
Mixta	BE BEMOVIL		SD2020/0096239	11	36	Marca	11/01/2032	Registrada
Mixta	BE		SD2023/0050053	11	9, 35, 36, 38, 42	Marca	03/07/2034	Registrada
Mixta	BE BEMOVIL		SD2022/0128179	11	35, 36	Marca	08/08/2033	Registrada

Familia de marcas

La protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un término común, y que provienen de un mismo oferente, asumirá que cualquier marca con ese mismo prefijo para servicios similares o relacionados, tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los servicios que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto por la calidad que ya conoce.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

“En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión”⁴.

El hecho que la sociedad opositora, **The Be Company S.A.S.**, incluya la expresión **BE** en sus marcas, no nos hace concluir que estamos en presencia de una familia de marcas, pues como quedará visto en el análisis comparativo que se realizará entre las marcas objeto de confrontación, el término BE se encuentra en un número importante de marcas de distintos titulares que identifican productos y servicios de las Clases 9, 35, 36, 38 y 42

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.



Ref. Expediente N° SD2025/0067763

Internacional. Por lo tanto el llamado rasgo común y característico de la familia de marcas no ostenta distintividad en el mercado.

Así las cosas, es claro que no nos encontramos frente a un caso de familia de marcas y por esta razón, no se puede hacer extensiva la protección especial con el fin de proteger al titular de esta y a los consumidores.

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
	

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁵.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

⁵ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.



Ref. Expediente N° SD2025/0067763

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”*. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁶ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- “a) 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.***
- b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)***
- c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.***
- d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.***
- e) 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.***
- f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”**⁷*

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza al incluir la expresión “BE”, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que 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.

En efecto, al ser pronunciadas por el consumidor, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no presentan coincidencias vocálicas, así como tampoco comparten la mayoría de sus letras, ni su disposición dentro del conjunto. Así mismo, en lo que respecta al aparte ortográfico, en donde presentan distintas cadenas vocálicas y consonánticas que hacen que se emita una impresión en conjunto diferente (BE BY

⁶ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso.

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Resolución N° 3309

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

DAVIVIENDA / BE WE / BE PAY / BE BANK / BE MOVIL / THE BE COMPANY / BE BEMOVIL / BE BEMOVIL / BE / BE BEMOVIL). De manera que, la coincidencia en una única partícula no puede ser precepto de negación de los signos, máxime si se tiene en cuenta que hay varios signos antecedentes para las mismas clases objeto de oposición (Clases 9, 35, 36, 38 y 42 Internacional) que la incorporan en sus conjuntos.

Muestra de ello, se relacionan los siguientes signos:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	BE LIVING	COLIVING SAS	SD2021/0017489	11	35, 36, 43	Marca	Registrada
Mixta	be GIFT CARD	GIFT CARD COLOMBIA S.A.S.	SD2020/0094612	11	35, 36	Marca	Registrada
Nominativa	BE WHAT'S NEXT	Corn Products Development, Inc	SD2021/0108944	11	42	Marca	Registrada
Mixta	VAL BE JEANS	MARIO VALBUR QUINTERO LOPEZ	SD2021/0052301	11	42	Marca	Registrada
Mixta	be IN crypto	BeInNews Academy Limited	SD2020/0056071	11	36, 42	Marca	Registrada
Mixta	BE BONSAI	MARIA CLARA REYES	SD2020/0054397	11	9, 16, 25, 35, 41	Marca	Registrada
Mixta	paramētā As a service should be	PARAMETA S.A.S.	SD2020/0063979	11	42	Marca	Registrada
Mixta	BE GURU	L'OREAL	SD2020/0060996	11	35	Marca	Registrada
Mixta	BE CALL	BECALL OUTSOURCING SAS	SD2022/0120154	11	35	Marca	Registrada
Nominativa	INSPIRED TO BE THE BEST	TELEPERFORMANCE SE	SD2022/0071480	11	9, 16, 35, 38, 41, 42	Marca	Registrada
Mixta	OPEN BE	INVERSIONES JASER S.A.S	SD2024/0108108	12	35	Marca	Registrada
Mixta	BE CLOUD NETWORKS	BE CLOUD NETWORKS COLOMBIA SAS	SD2023/0021118	11	9, 38, 42	Marca	Registrada
Nominativa	BETTERFLY, Do Better. Live Better. Be Better	Betterfly Chile SpA	SD2022/0008138	11	36, 44	Lema Comercial	Registrada
Mixta	be bolder	LAND SOFTWARE & TECHNOLOGY S.A	SD2022/0007738	11	9, 42	Marca	Registrada
Mixta	SARI..BE	SARI..BE LLC	SD2022/0059842	11	9, 35, 41, 42	Marca	Registrada
Mixta	BE OPEN	SHOKZ (SINGAPORE) PTE. LTD.	SD2022/0036569	11	9	Marca	Registrada
Mixta	BE-TECH	GUANGDONG BE-TECH SECURITY SYSTEMS LIMITED	14208957	10	9	Marca	Registrada
Mixta	Be Bogotá elektriKA	BOGOTA ELEKTRIKA S.A.S.	14116065	10	42	Marca	Registrada
Nominativa	BE FAST	ANTIOQUIA TELECOMUNICACIONES S.A.S.	15103094	10	35	Marca	Registrada
Nominativa	BE CERTAIN.	MTS Japan Ltd.	15002035	10	9, 38, 42	Marca	Registrada
Nominativa	CITIDIRECT BE	CITIBANK N.A	12135402	9	36, 42	Marca	Registrada
Mixta	BE Become	SANTILLANA SISTEMAS EDUCATIVOS LTDA	12056688	9	9	Marca	Registrada
Mixta	Be Bogotá elektriKA	BOGOTA ELEKTRIKA S.A.S.	14116056	10	38	Marca	Registrada
Mixta	Be Bogotá elektriKA	BOGOTA ELEKTRIKA S.A.S.	14116012	10	38	Marca	Registrada
Mixta	BE MATE	Be MATE COMMUNITY ESPAÑA, SAU	SD2017/0038878	10	35, 38, 43	Marca	Registrada
Mixta	Be + Salud y Bienestar en la Nube	SCIENCE MARKETING SAS	SD2017/0022249	11	42	Marca	Registrada
Mixta	BE COLOMBIA	LINIO COLOMBIA S A S	SD2019/0023804	11	35, 38	Marca	Registrada
Mixta	BE BRAIN ENTERTAINMENT	BRAIN ENTERTAINMENT S.A.S.	SD2019/0007277	11	16, 35, 41, 42	Marca	Registrada
Mixta	SMART & SAFE - Be smart, be safe	SMART & SAFE S.A.S.	15166352	10	42	Marca	Registrada
Mixta	BE VITAL	JOHNSON & JOHNSON	15125081	10	35	Marca	Registrada
Mixta	BE THE MEDIA	PRECISE ENGAGEMENT SAS	16070603	10	35, 38	Marca	Registrada
Mixta	Be wear	CARLOS ZAMORANO LARRARTE	16016116	10	9	Marca	Registrada



Ref. Expediente N° SD2025/0067763

Así las cosas, mal haría esta Dirección en reconocer y amparar un monopolio a favor del titular de la marca “POWERBITES” sobre la expresión “POWER”. Una posición de este calibre permitiría evidenciar que la expresión en sí misma es débil, como consecuencia de su popular usanza por diversos empresarios que lo han elegido para configurar signos que identifican productos de la Clase 5 Internacional.

En consecuencia, si bien se presentan semejanzas entre los mismos, al compartir algunas de sus letras, dicha coincidencia se ve diluida por los demás elementos que conforman las marcas. Es decir, si bien el signo solicitado reproduce parcialmente al signo registrado, en su visión de conjunto no resultan confundibles en la medida en que presentan elementos adicionales gráficos y nominativos que permiten su individualización; lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto.

Por tales motivos, aunque los signos estudiados comparten ciertos grafemas, es claro que la impresión en conjunto de cada uno de ellos es diferente pues poseen una total diferencia ortográfica, visual y fonética entre ellos, lo que conlleva a que el consumidor pueda identificar los productos ofrecidos por cada una de las marcas comparadas.

Finalmente, es importante aclarar que, la concesión del signo se realizará en conjunto, por lo que el derecho de exclusividad sobre la marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)** será sobre todos los elementos que conforman la marca, por lo que se excluye el derecho de exclusividad sobre el término “**BE**”

Teniendo en cuenta, 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 productos y/o servicios identificados por los mismos.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud con oposición para las Clases 9, 35, 36, 38 y 42 Internacional 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 parte de la sociedad **The Be Company S.A.S.**, contra la solicitud de registro en la Clase 9 Internacional.

ARTÍCULO 2: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **The Be Company S.A.S.**, contra la solicitud de registro en la Clase 35 Internacional.

ARTÍCULO 3: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **The Be Company S.A.S.**, contra la solicitud de registro en la Clase 36 Internacional.

ARTÍCULO 4: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **The Be Company S.A.S.**, contra la solicitud de registro en la Clase 38 Internacional.

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

ARTÍCULO 5: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **The Be Company S.A.S.**, contra la solicitud de registro en la Clase 42 Internacional.

ARTÍCULO 6: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6
C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0
C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

9: Software descargable para participar en redes sociales e interactuar con comunidades en línea; aplicaciones de móviles; aplicaciones descargables; aplicaciones informáticas; aplicaciones descargables para móviles; aplicaciones móviles educativas; aplicaciones de software informático para uso con inteligencia artificial; aplicaciones de software descargables para redes de comunicación de medios sociales; aplicaciones de software informático descargables para compartir vídeos y fotos en plataformas de redes sociales; software de aplicación informática descargable para plataformas basadas en cadenas de bloques, en concreto, software para intercambios digitales de artículos virtuales; software informático descargable para crear, acceder, leer y rastrear información en el campo de tokens no fungibles en una cadena de bloques; medios digitales, a saber, tokens no fungibles con contenido de audio, video, texto y gráfico; archivos de datos electrónicos descargables con tokens no fungibles (NFT).

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 7: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6
C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

35: Promoción de la concienciación pública sobre el bienestar social; servicios de publicidad para la promoción de la concienciación pública sobre el bienestar social; servicios de publicidad para promover la concienciación pública sobre el bienestar social; análisis de beneficios; encuestas de beneficios; análisis de beneficios empresariales; consultoría de gestión corporativa; desarrollo de estrategias de organización empresarial en relación con la responsabilidad social corporativa; servicios publicitarios para crear identidad corporativa y de marca; marketing digital; consultoría de marketing digital; servicios de consultoría comercial para la transformación digital; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de inteligencia artificial digital descargable autenticada por tókenes no fungibles [NFT]; promoción de los intereses comerciales y empresariales de los profesionales en el desarrollo de las aplicaciones de software móvil proporcionada por una asociación a sus miembros; servicios de asesoramiento empresarial en materia de responsabilidad social de las empresas; desarrollo de estrategias de organización empresarial en relación con la responsabilidad social corporativa.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 8: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6
C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0
C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

36: Servicios financieros; servicios de seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios, análisis; tokens digitales en la naturaleza de emisión de tokens de valor; emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain; emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain para representar un artículo coleccionable; emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain para almacenamiento de datos y limitación de acceso a contenidos. Emisión de tokens de valor no fungibles utilizados con tecnología blockchain para representar un artículo coleccionable; emisión de tokens de valor no fungibles

Resolución N° 3309

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

utilizados con tecnología blockchain para almacenamiento de datos y limitación de acceso a contenidos.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 9: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6
C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0
C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

38: Telecomunicaciones; servicios de comunicación electrónica; servicios de comunicación entre bancos de datos; servicios de interconexión de bancos de datos; facilitación de acceso a un banco de datos; servicios de telecomunicaciones entre instituciones financieras; servicios de comunicación electrónica para instituciones financieras; servicios de comunicación electrónica para preparar información financiera.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 10: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0
C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

41: Provisión de talleres en línea en el campo del bienestar; servicios de bienestar en cuanto formación en salud y fitness; suministro de cursos de instrucción en línea en el ámbito del bienestar; suministro de materiales educativos en línea en el campo del bienestar; suministro de clases, seminarios, talleres, presentaciones y retiros en el ámbito del bienestar; suministro de manuales y materiales didácticos en el campo del bienestar; suministro de coaching [formación], tutorías, formaciones, cursos y talleres en el ámbito del bienestar; servicios de publicación digital en línea; servicios de edición de esparcimiento multimedia, de audio y vídeo digital; servicios de publicación de contenidos recreativos multimedia, de audio y de vídeo digital; suministro de entretenimiento de audios y vídeos no descargables mediante transmisión electrónica o digital; publicación multimedia en materia de software; servicios de edición [publicación] de software de esparcimiento multimedia; servicios de educación e instrucción sobre arte, manualidades, deportes y cultura general; organización de festivales; organización de festivales con fines culturales; organización de festivales con fines recreativos; organización de festivales con una finalidad de entretenimiento; academias [educación]; instrucción [enseñanza]; organización y dirección de talleres de formación; organización de concursos [actividades educativas o; recreativas]; talleres con fines culturales; orientación profesional y vocacional [asesoramiento en educación o formación]; exámenes pedagógicos; organización y dirección de congresos, seminarios y conferencias y eventos para empresarios; puesta a disposición de instalaciones recreativas; información sobre educación; servicios educativos; educación y enseñanza.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 11: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6
C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0
C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

Ref. Expediente N° SD2025/0067763

42: Alojamiento de contenido digital en internet; conversión multiplataforma de contenido digital a otras formas de contenido digital; servicios de creación de contenidos digitales en cuanto creación de animación digital para películas, vídeos y programas informáticos; software como servicio (saas) con software de redes neurales profundas; software como servicio [saas] con software para aprendizaje automático; actualización de software de bases de datos; alojamiento de software como servicio [saas]; alojamiento de software para la gestión de bibliotecas; desarrollo de hardware y software informáticos; diseño de software de bases de datos informáticas; diseño, mantenimiento y actualización de software.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 12: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6
C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0
C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

44: Consultoría sobre salud mental y bienestar; suministro de información sobre salud y bienestar; servicios de bienestar en cuanto asesoramiento en salud y nutrición; suministro de información sobre salud mental y bienestar; servicios de estaciones termales para la salud y el bienestar del cuerpo y el espíritu; servicios de balneoterapia prestados en balnearios para mejorar la salud y el bienestar físico y espiritual; asesoramiento sobre la salud; servicios de salud en el trabajo.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 13: Conceder el registro de la Marca **BE BY DAVIVIENDA (Mixta)**.

Ref. Expediente N° SD2025/0067763



Reivindicación de colores:

C:100 M:30 Y:0 K:6
C:0 M:47 Y:100 K:0
C:0 M:0 Y:0 K:100
C:0 M:8 Y:94 K:0
C:0 M:100 Y:97 K:0

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

45: Servicios de consultoría de meditación espiritual con fines de bienestar; servicios de bienestar en cuanto orientación espiritual para satisfacer necesidades individuales; servicios de bienestar en cuanto orientación espiritual y para mejorar la confianza en sí mismo.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Banco Davivienda S.A.
Avenida El Dorado No. 68 C-61
Bogotá D.C.
Colombia

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

ARTÍCULO 14: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 15: Notificar a la sociedad **Banco Davivienda S.A.**, solicitante del registro y a la sociedad **The Be Company S.A.S.**, opositora, 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 16: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 16 de enero de 2026

DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS