

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 19751

Ref. Expediente N° SD2025/0001520

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 15 de enero de 2025, la señora **OLGA ENITH RAMOS GUIO**, solicitó el registro de la Marca **SMMS+ | SUMEMMOS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la Clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1059 del 24 de febrero de 2025, la sociedad **G.U.C. S.A.S.** presentó oposición con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

“Tanto en la marca previamente registrada como en la marca solicitada a registro, el elemento predominante es el nominativo, ya que ocupan la mayor porción del conjunto y se componen de tipología de letra especial sin que esta sea suficiente para que sobre ella recaiga la distintividad capaz de convertirla en su elemento sobresaliente.

Así mismo, es menester que los elementos genéricos y de uso común sea suprimidos para efectos de realizar el cotejo marcario por lo que se eliminarán las palabras “seguros” “pay”, “beneficios”, “recompensas”, “viajes”, “puntos” y “tarjetas” de las marcas registradas.

Al comparar los signos previamente representados, se observa que la marca solicitada reproduce totalmente uno de los signos protegidos y, adicionalmente, genera riesgo de confusión en sus diferentes aristas (...)

SIGNO SOLICITADO	MARCA PREVIAMENTE REGISTRADA.
smms+ sumemmos	S+

Sea lo primero señalar que el signo solicitado reproduce TOTALMENTE la marca registrada S+ bajo titularidad de mi representada. No puede esta entidad permitir la

¹ **36:** Administración de carteras de seguros; administración de planes de seguros; administración de seguros; asesoramiento en materia de seguros; cálculo de primas de seguros; cobro de primas de seguros; consultoría de seguros; consultoría e información sobre corretaje de seguros; consultoría en seguros; corretaje de reaseguros; corretaje de seguros; elaboración de informes sobre seguros; estimación de declaraciones de siniestro relacionadas con bienes inmuebles en el ámbito de los seguros; estimaciones financieras en materia de seguros; evaluación de pérdidas de seguros; evaluación financiera en el ámbito de los seguros; evaluación financiera [seguros, bancos, bienes inmuebles]; financiación de primas de seguros; garantías de seguros; gestión de reclamaciones de siniestros de seguros; gestión de seguros; gestión financiera de seguros; información en materia de reaseguros; liquidación de siniestros en el ámbito de los seguros; liquidación de siniestros para seguros; reaseguros; seguros; servicios actuariales de seguros; servicios bancarios, financieros y de seguros; servicios de administración de reclamaciones de seguros; servicios de agencias de seguros; servicios de agencias y corretaje de seguros; servicios de asesoramiento de seguros; servicios de asesoramiento en materia de contratos de seguros; servicios de asesoramiento en materia de corretaje de seguros; servicios de asesoramiento en materia de reclamaciones de seguros; servicios de asesoramiento en materia de seguros; servicios de asesoría de seguros; servicios de compañías de seguros; servicios de consultoría de seguros; servicios de consultoría en suscripción de seguros; servicios de corretaje de seguros; servicios de gestión de seguros; servicios de reaseguros; servicios de seguros; servicios de seguros y suministro de información al respecto; servicios de subrogación en el ámbito de los seguros; servicios de suscripción de seguros; servicios de suscripción de reaseguros; subrogación de seguros; suscripción de reaseguros; suscripción de seguros; tramitación de declaraciones de siniestro en el ámbito de los reaseguros; tramitación de declaraciones de siniestro en el ámbito de los seguros; tramitación de seguros; tratamiento de reclamaciones de seguros; valoración de reclamaciones de seguros.



Ref. Expediente N° SD2025/0001520

existencia de una marca adicional que contenga la expresión S+ en su conjunto marcario que conlleve a la dilución distintiva de la expresión y por tanto a la afectación comercial que sin lugar a dudas se presentará en detrimento de la sociedad opositora.

Adicional a lo anterior, vemos como en la marca solicitada, la porción S+ juega un papel preponderante pues se encuentra situada en la parte central del conjunto marcario mixto y generaría fácil recordación en el público consumidor, haciendo uso además del signo aritmético “+” que ofrece una alta aptitud diferenciadora a las marcas ya registradas.

Es preciso anotar que la expresión S+ es una marca arbitraria que en nada evoca o describe los servicios que identifica y por tanto su capacidad individualizadora se encuentra debidamente validada por el registro que otorgó su protección. Mal obraría el examinador en el evento de permitir la coexistencia de dos signos de los cuales uno de ellos reproduce TOTALMENTE una marca previamente registrada y por tanto cumplidora de los requisitos exigidos por la normatividad para ser concedida.

Teniendo en cuenta que la composición principal de la familia de marcas protegida consta de la expresión “Su+”, vemos que la marca solicitada reproduce dos de los tres caracteres que hacen parte de ella.

Aunado a esto, la porción “smms+” Sumemmos hace una clara evocación a la palabra “sumas”, que termina siendo la expresión principal que hace parte de las marcas opositoras.

La marca Su+ viene imponiéndose en el territorio nacional desde el año 2012. A lo largo de 13 años, su posicionamiento, que inició en la ciudad de Medellín, se ha extendido a todas las principales ciudades del país y a una gran pluralidad de municipios.

A través de la marca, la sociedad opositora ofrece servicios financieros a favor de los consumidores finales para la adquisición de bienes y servicios de todas las categorías de la economía colombiana, incluidos servicios de seguros. En virtud de ello, se han creado alianzas con un número considerable de empresarios quienes han tenido la posibilidad de aumentar sus ventas gracias a la intervención de la marca protegida.

Esta es tan solo una muestra de las marcas a través de las cuales se posiciona la marca opositora. Como señalamos, en todas las tiendas de cada una de estas marcas aparece de forma visible el logo de Su+, por lo que su presencia aparece en más de mil (1000) establecimientos de comercio dentro del territorio nacional. Téngase en cuenta además que las marcas detalladas gozan de amplísimo reconocimiento en nuestro país.

SU+ (Suma): 1. f. Acción y efecto de sumar. 2. f. Agregado de muchas cosas, y más comúnmente de dinero. 3. f. Lo más sustancial e importante de algo. 4. f. Recopilación de todas las partes de una ciencia o facultad. 5. f. Resultado de añadir a una cantidad otra u otras homogéneas. 6. f. Operación matemática de sumar.5 • Sumas + Summemos(Súmate): Posee el mismo significado de la expresión anterior, evocando el concepto de “mayor cantidad”.

Los servicios que pretende identificar la marca solicitada se encuentran incluidos expresamente en los que identifica la familia de marcas perteneciente a mi poderdante, de manera que existe identidad de servicios. De otro lado en lo que se refiere a la clase 35 y 36 es claro que existe: i. complementariedad de servicios pues resulta natural que la administración de negocios abarque la comercialización de todo tipo de servicios, incluidos aquellos relacionados con seguros y ii. la plena posibilidad de considerar que los servicios proviene del mismo origen empresarial como consecuencia evidente del anterior supuesto.”

Ref. Expediente N° SD2025/0001520

Que, dentro del término concedido para tal efecto, la señora **OLGA ENITH RAMOS GUIO**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“Asimismo, resulta incorrecta la afirmación de que los signos distintivos SU+ (mixta) y S+ (nominativa) sean visual o fonéticamente semejantes, ya que las marcas en conflicto no comparten siquiera elementos gráficos similares. Los tipos de letra utilizados son distintos; la marca “smms+ | sumemmos” presenta un diseño tipográfico diferente, contiene un mayor número de caracteres, incluye un signo de separación (|), y exhibe una configuración visual claramente distinta a la de los signos de la parte opositora. Además, desde el punto de vista fonético, al ser leídas en su integridad, las marcas no se pronuncian de forma similar, lo que refuerza aún más la inexistencia de riesgo de confusión. (...)”

Fonética y pronunciación: “smms+ | sumemmos” y “S+” o “Su+” tienen fonéticas claramente diferentes. La primera es multisilábica, de lectura prolongada; las segundas son breves y de pronunciación simple.

Estructura visual y percepción: Nuestra marca “Smms+ | Sumemmos” combina dos componentes visibles diferenciados, que refuerzan su individualidad.

Las marcas opositoras (“S+” y “Su+”) se componen de abreviaturas mínimas de dos o tres caracteres.

Colores: “smms+ | sumemmos” adopta una paleta de 3 colores diferentes a la de “Su+”.

Tipografía: Nuestra marca emplea grafías diferentes, modernas y frescas, mientras la marca opositora utiliza una fuente sobria y convencional.

Tamaño y disposición: El signo solicitado presenta una composición dinámica que divide visualmente “smms+” de “sumemmos” con el siguiente signo (|), lo cual no ocurre en las marcas opositoras.

Elementos adicionales: Sólo “Su+” posee elementos gráficos (LOGO); “S+” es un signo puramente nominativo, lo cual limita su ámbito de protección únicamente a su contenido verbal, y no a otras expresiones gráficas distintas, como la soporta nuestra marca “smms+ | sumemmos”.

Frente al señalamiento realizado por la parte opositora, en el que intenta desvirtuar la distintividad del signo solicitado alegando que palabras como “Sumas”, “Sumemos” o “Súmate” evocan el mismo concepto de “mayor cantidad”, y citando definiciones del diccionario académico para sustentar dicha afirmación, es necesario aclarar que este argumento parte de un entendimiento erróneo de la naturaleza jurídica del derecho marcario. No toda coincidencia conceptual anula la distintividad de un signo. El derecho marcario no exige que el nombre de la marca sea descriptivo del producto o servicio que identifica; por el contrario, protege precisamente aquellos signos que son capaces de diferenciar a un empresario en el mercado, más allá del significado literal o etimológico de las palabras que lo componen.

En ese mismo sentido, la marca “smms+ | sumemmos” incorpora un elemento de creación original: “sumemmos”, una construcción lingüística inexistente en el idioma español. Dicha palabra genera un mensaje de carácter inventivo y distintivo, sin aludir a una operación matemática de suma ni implicar acumulación o adición de elementos. Cabe destacar que la cruz “+”, incluida en la marca, representa para la solicitante un símbolo de positividad, crecimiento y productividad. Este signo transmite los valores que la solicitante promueve en su labor con las empresas que acompaña, enfocados en la protección de proyectos, vidas y futuros.

En ese mismo sentido, en la oposición presentada por G.U.C. S.A. se evidencia una conducta que podría enmarcarse dentro del fraude procesal, al intentar inducir en error

Ref. Expediente N° SD2025/0001520

a la Superintendencia de Industria y Comercio mediante afirmaciones falsas, como la de presentar los signos de forma tergiversada, omitiendo diferencias sustanciales. Pretendiendo así crear artificialmente una percepción de confusión, sin sustento en la realidad marcaría.

El artículo 453 del Código Penal colombiano tipifica el fraude procesal como la inducción en error a una autoridad mediante engaños para obtener una decisión contraria a la ley, lo anterior, no solo se aplica a decisiones judiciales, sino también a las actuaciones administrativas. Aunque no se trata de una instancia penal, el principio de buena fe procesal es plenamente aplicable en sede administrativa.

Ahora bien, si bien la opositora menciona que dentro de su portafolio se incluyen servicios de seguros, lo cierto es que, tras verificar su propia plataforma digital, no se encuentra evidencia concreta de la prestación efectiva de dicho servicio. Lo único disponible en relación con seguros es un tablero de preguntas frecuentes con explicaciones genéricas sobre algunos conceptos, lo cual dista mucho de demostrar una actividad comercial directa o especializada en el ramo asegurador, como sí lo hace mi representada y como fue debidamente registrado en la solicitud de signos distintivos.

Esta falta de uso real y efectivo de la marca en el ámbito de los seguros debe ser valorada por esta Delegatura, toda vez que el ordenamiento jurídico contempla la posibilidad de cancelar los registros marcarios que no se usen de manera efectiva y en debida forma, a fin de evitar situaciones de monopolio o bloqueo indebido del mercado por parte de titulares que no desarrollan las actividades para las cuales solicitaron protección.

Resulta pertinente advertir que esta oposición parece tener por finalidad acaparar segmentos de mercado que no explota activamente, impidiendo que nuevos emprendimientos como el de mi poderdante puedan ingresar legítimamente bajo los principios de libre competencia, buena fe y desarrollo económico equitativo. Las marcas deben usarse y no mantenerse como barreras de entrada, y cuando no existe actividad económica real detrás de ellas, corresponde abrir espacio a nuevos actores que sí están comprometidos con el crecimiento de su sector.

Mi representada, una persona natural con más de doce años de trayectoria en el sector asegurador y en la gestión de riesgos laborales, y con el legítimo propósito de expandir su actividad hacia la constitución de una empresa formal, ha actuado en todo momento bajo los principios de legalidad, lealtad y buena fe, lo cual se encuentra plenamente demostrado en los anexos de la solicitud. Aunque su signo se encuentra enmarcado dentro de la clase 36, se ha señalado de manera clara y expresa que la protección solicitada se limita exclusivamente a servicios de seguros, y no abarca otros segmentos de dicha clase, como los financieros o crediticios.

Además, es pertinente señalar que el derecho marcario admite la coexistencia de signos distintivos, siempre que el consumidor promedio pueda diferenciarlos razonablemente en el mercado. Esta premisa resulta plenamente aplicable en el presente caso, dada la existencia de diferencias fonéticas, gráficas y conceptuales sustanciales entre los signos enfrentados, incluso en el eventual escenario en que la parte opositora decidiera incursionar activamente en el sector asegurador, como lo hace actualmente mi representada."

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

Ref. Expediente N° SD2025/0001520

del examen de registrabilidad.

Causal 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

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° SD2025/0001520

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.

Acervo probatorio

Al expediente fueron allegadas las siguientes pruebas por parte de la apoderada de la señora **OLGA ENITH RAMOS GUIO**:

- Imágenes y páginas web de los servicios identificados por las marcas bajo análisis.
- Certificación de la ARL Sura del 22 de abril de 2025.
- Certificación Cámara y Comercio de la solicitante.

a) Pruebas rechazadas:

El material probatorio aportado por parte de la sociedad solicitante contenido en imágenes, páginas web y certificaciones pretende demostrar el uso de las marcas bajo análisis en el mercado. Por lo anterior, esta Dirección reconoce que, si bien el material probatorio aportado demuestra comportamientos de mercado, la Decisión 486, respecto al análisis de la causal relativa por confundibilidad en el Art. 136 literal a) relaciona:

Artículo 136.- 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;

En este orden, las pruebas orientadas a demostrar el uso de la marca en el comercio no son relevantes a fin de determinar la aplicación de la causal contenida en literal a) del artículo 136, sino que basta acreditar la solicitud o el registro antecedente para que proceda el estudio de la causal invocada.

Ahora bien, respecto de los argumentos de la solicitante, es necesario aclarar que el estudio comparativo que debe realizar esta oficina solo puede incluir la información brindada dentro de la solicitud y en el registro base de la negación, al ser esta la manifestación jurídicamente vinculante en lo que concierne al alcance de las reivindicaciones de la primera y de los derechos concedidos por el segundo, pues son estos datos los que fueron consignados dentro del registro de marcas.

Por lo anterior, el uso de las marcas en el mercado y su correspondiente divulgación en el mismo no es propósito del análisis del registro de marca, dado que, el uso de una marca puede ser objeto de análisis por medio otros mecanismos, como lo es la acción de cancelación ejercida por un tercero. (Art. 165, Decisión 486 de la Comunidad Andina).

Así, el estudio comparativo que ahora nos ocupa debe seguir los parámetros establecidos en la solicitud de registro del signo solicitado y en el registro de las marcas previamente registradas, sin que éste se vea afectado por usos eventuales de los signos que sus titulares puedan darles en el mercado, pues de lo contrario se estaría desconociendo el efecto constituyente de derechos del registro marcario (artículo 154 de la Decisión 486).

Ref. Expediente N° SD2025/0001520

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	MUNDO SU+	G.U.C. S.A.S.	15311260	10	36	Marca	Registrada	24 de octubre de 2026
Mixta	SU+	G.U.C. S.A.S.	15311254	10	16, 38, 39, 41, 42, 45	Marca	Registrada	27 de junio de 2026
Mixta	SU+ Recompensas	G.U.C. S.A.S.	15283806	10	35	Marca	Registrada	18 de mayo de 2026
Mixta	SU+ SEGUROS	G.U.C. S.A.S.	15311265	10	36	Marca	Registrada	18 de mayo de 2026
Mixta	Su+Pay	G.U.C. S.A.S.	SD2020/0040260	11	35, 36	Marca	Registrada	17 de noviembre de 2030
Nominativa	Su+Pay	G.U.C. S.A.S.	SD2020/0038607	11	35, 36	Marca	Registrada	5 de noviembre de 2030
Mixta	SU+ CREDITOS	G.U.C. S.A.S.	15311270	10	36	Marca	Registrada	29 de septiembre de 2026
Mixta	SU+ sumas beneficios vives experiencias	G.U.C. S.A.S.	13149031	10	35	Marca	Registrada	26 de diciembre de 2034
Mixta	SU+ Bono Regalo	G.U.C. S.A.S.	13149012	10	16	Marca	Registrada	7 de octubre de 2034
Mixta	SU+	G.U.C. S.A.S.	12210104	10	9, 35, 36	Marca	Registrada	24 de junio de 2035
Mixta	SU+ Viajes	G.U.C. S.A.S.	13174455	10	39	Marca	Registrada	27 de enero de 2035
Mixta	SU+	G.U.C. S.A.S.	14020640	9	9	Marca	Registrada	6 de marzo de 2034
Mixta	SU+ Beneficios	G.U.C. S.A.S.	13174489	10	35	Marca	Registrada	27 de enero de 2035
Mixta	SU+ Tarjeta	G.U.C. S.A.S.	13174458	10	9	Marca	Registrada	27 de enero de 2035
Nominativa	S+	G.U.C. S.A.S.	SD2022/0045934	11	35	Marca	Registrada	21 de junio de 2033

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Los signos opositores
 SMMS+ SUMEMMOS	 MUNDO SU+, SU+, SU+ Recompensas, SU+ SEGUROS, Su+Pay, Su+Pay, SU+ CREDITOS, SU+ sumas beneficios vives experiencias, SU+ Bono Regalo, SU+, SU+ Viajes, SU+, SU+ Beneficios, SU+ Tarjeta



Ref. Expediente N° SD2025/0001520

La marca solicitada SMMS+ | SUMEMMOS es un signo mixto con fuente sans-serif minúscula negra de trazos circulares sobre fondo amarillo, con una cruz blanca en superíndice y una barra vertical divisoria. Por su parte, los signos opositores se componen del elemento dominante SU+/S+ en trazos curvos con degradados cromáticos o negro, integrando términos secundarios como "Pay", "Viajes" o "Seguros" en tipografía lineal.

Familia de marcas de la sociedad opositora

El hecho que la sociedad **G.U.C. S.A.S.** incluya de forma reiterada la misma expresión "SU+" en buena parte de sus marcas, nos hace concluir que estamos ante una familia de marcas. Lo anterior, toda vez que cuenta con una gran variedad de registros que le otorgan al signo una protección reforzada únicamente sobre esa específica configuración.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables 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 se estableció 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 y el acompañamiento o no de un gráfico (...)".*⁴

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).

De igual manera reiteró: *"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.

⁴ 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° SD2025/0001520

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente análisis es de señalar que teniendo en cuenta que en el signo solicitado y en las marcas mixtas opositoras 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.”⁵**

Análisis comparativo

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es de naturaleza mixta, conformado por las expresiones SMMS+ y SUMEMMOS junto a un elemento gráfico consistente en una cruz y una línea vertical sobre fondo amarillo. Por su parte, las marcas opositoras son mayoritariamente mixtas conformadas por la expresión “SU+” o “S+” y elementos nominativos y gráficos adicionales.

Según las reglas definidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, las expresiones de uso común o descriptivas carecen de distintividad y deben ser excluidas del cotejo; en el presente caso, se observa que la expresión “plus”⁶ o también el término

⁵ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁶

Expediente	Signo	Vigencia	Estado	Titular	Cl. Niza
98001920	PROTECCION PLUS	26 ago. 2029	Registrada	BANSUPERIOR	36
04082748	MedicALL Plus TODAS las opciones en salud	17 mar. 2035	Registrada	ALLIANZ SEGUROS DE VIDA S.A.	36
12041843	PUNTO AMIGO PLUS	25 oct. 2032	Registrada	BANCO CAJA SOCIAL S.A.	36
11038652	CORREVAL + PLUS	30 nov. 2031	Registrada	CREDICORP CAPITAL COLOMBIA S.A.	36
15089109	ARTURO CALLE PLUS+	11 may. 2026	Registrada	COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S.A.S.	16, 35, 36
14018953	GP Global Plus	23 nov. 2025	Registrada	JOSE OLIVERIO GARNICA RODRIGUEZ	35, 36, 37
SD2020/0102204	Pago Móvil Plus+	04 oct. 2031	Registrada	CREDIBANCO S.A.	9, 36
SD2022/0130984	FINANCIA PLUS Mundo Mujer el Banco de la Comunidad	13 jun. 2034	Registrada	BANCO MUNDO MUJER S.A., CARRERA 11 NO.5- 56, POPAYAN, CAUCA, CO	35, 36
SD2023/0050995	Visión Plus	06 jun. 2034	Registrada	COLFONDOS S.A. PENSIONES Y CESANTIAS,	36
SD2024/0085395	PROCASH PLUS	21 ago. 2035	Registrada	PROGRESIÓN SOCIEDAD COMISIONISTA DE BOLSA S.A.	9, 35, 36, 42



Resolución N° 19751

Ref. Expediente N° SD2025/0001520

“más”⁷ (que en múltiples registros contienen el símbolo “+”), son de uso común para los servicios de la Clase 36 y afines, por lo que no serán consideradas como elementos distintivos dentro del cotejo. Lo anterior, toda vez que, en un ejercicio cotidiano de mercado, el consumidor promedio se refiere al símbolo +, de la forma “más” o “plus”.

Al realizar el análisis en conjunto de cada signo, puede observarse que la marca solicitada genera una impresión de complejidad y extensión horizontal debido a su estructura tripartita, mientras que los signos opositores proyectan una imagen compacta centrada en un prefijo corto. A juicio de esta Dirección, el elemento con mayor función diferenciadora en el signo solicitado es la expresión SUMEMMOS, la cual posee un carácter arbitrario y novedoso para la Clase 36 que rompe cualquier similitud con el lexema SU del opositor. Lo anterior, sumado a la inclusión de la expresión de fantasía SMMS+ inicial.

A juicio de esta Dirección, no existe una raíz léxica común relevante, pues mientras el solicitado se enfoca en la acción colectiva de adición, el opositor utiliza una partícula posesiva corta que, fonéticamente, carece del peso silábico y la cadencia de las palabras SMMS+ y SUMEMMOS. Desde el aspecto ideológico, si bien ambos evocan indirectamente a la operación de suma, el solicitado lo hace desde un verbo conjugado de forma única, alejándose del concepto de beneficio individual que sugieren SU+/S+. La coincidencia en el concepto genérico y débil de "suma" es insuficiente para generar confusión, pues los signos en conjunto remiten a conceptos globales diferenciados.

La ubicación de la sílaba tónica refuerza esta distancia entre los signos bajo estudio, pues la sonoridad de SMMS + SUMEMMOS es prolongada, contrastando con la brevedad de SU+. El elemento de mayor impacto resulta ser la configuración gráfica del fondo amarillo y la repetición de la consonante "m", rasgos que generan una recordación autónoma e impiden cualquier asociación errónea en el mercado.

En conclusión, esta Dirección determina una clara inexistencia de riesgo de confusión o asociación entre los signos en conflicto. Las marcadas diferencias visuales, la estructura fonética y ortográfica dispar y la debilidad marcaria del elemento de suma común a ambos, garantizan que el consumidor promedio pueda identificar cada origen empresarial de manera independiente y sin posibilidad de incurrir en los aludidos riesgos.

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 servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

7

Expediente	Signo	Vigencia	Estado	Titular	Cl. Niza
09054398	CUENTA CON MÁS	30 nov. 2029	Registrada	BANCO CAJA SOCIAL S.A.	36
16081323	Aprendamos más	29 mar. 2027	Registrada	BANCO POPULAR S.A.	36
SD2018/0100514	SABER MÁS SER MÁS	09 sept. 2029	Registrada	ASOBANCARIA	16, 35, 36, 38, 41
SD2019/0048712	MÁS VIDA ORO	05 dic. 2029	Registrada	ASEGURADORA SOLIDARIA DE COLOMBIA	36
SD2019/0076032	GLOBAL MÁS	17 jun. 2030	Registrada	Valentina Garnica Narváez	36, 41, 42
SD2019/0084603	MÁS COWORK	09 jun. 2030	Registrada	MÁS COWORK S.A.S.	35, 36
SD2020/0061675	Más Médicos	15 feb. 2031	Registrada	EASY TEK SAS	9, 36, 42, 44
SD2020/0084465	MÁS SENCILLO BY HERMOD	15 mar. 2031	Registrada	IVAN HERNANDEZ DAZA	36
SD2022/0077376	MÁS QUE SEGUROS	24 ene. 2033	Registrada	ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	35, 36
SD2022/0094500	MAVI más vida	18 jul. 2033	Registrada	Simón Álvarez Betancur	36
SD2022/0121323	VIVE MÁS sura	30 dic. 2035	Registrada	SEGUROS DE VIDA SURAMERICANA S.A.	36
SD2024/0007175	MÁS PORVENIR.	15 ene. 2035	Registrada	PORVENIR S A.	35, 36



Ref. Expediente N° SD2025/0001520

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el Literal a) del Artículo 136 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 la sociedad **G.U.C. S.A.S.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **SMMS+ | SUMEMMOS** (Mixta).



smms+ | sumemmos

Reivindicación de colores:

Pantone 123C, Process Black C, Pantone 000C

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

36: Administración de carteras de seguros; administración de planes de seguros; administración de seguros; asesoramiento en materia de seguros; cálculo de primas de seguros; cobro de primas de seguros; consultoría de seguros; consultoría e información sobre corretaje de seguros; consultoría en seguros; corretaje de reaseguros; corretaje de seguros; elaboración de informes sobre seguros; estimación de declaraciones de siniestro relacionadas con bienes inmuebles en el ámbito de los seguros; estimaciones financieras en materia de seguros; evaluación de pérdidas de seguros; evaluación financiera en el ámbito de los seguros; evaluación financiera [seguros, bancos, bienes inmuebles]; financiación de primas de seguros; garantías de seguros; gestión de reclamaciones de siniestros de seguros; gestión de seguros; gestión financiera de seguros; información en materia de reaseguros; liquidación de siniestros en el ámbito de los seguros; liquidación de siniestros para seguros; reaseguros; seguros; servicios actuariales de seguros; servicios bancarios, financieros y de seguros; servicios de administración de reclamaciones de seguros; servicios de agencias de seguros; servicios de agencias y corretaje de seguros; servicios de asesoramiento de seguros; servicios de asesoramiento en materia de contratos de seguros; servicios de asesoramiento en materia de corretaje de seguros; servicios de asesoramiento en materia de reclamaciones de seguros; servicios de asesoramiento en materia de seguros; servicios de asesoría de seguros; servicios de compañías de seguros; servicios de consultoría de seguros; servicios de consultoría en suscripción de seguros; servicios de corretaje de seguros; servicios de gestión de seguros; servicios de reaseguros; servicios de seguros; servicios de seguros y suministro de información al respecto; servicios de subrogación en el ámbito de los seguros; servicios de suscripción de seguros; servicios de suscripción de reaseguros; subrogación de seguros; suscripción de reaseguros; suscripción de seguros; tramitación de declaraciones de siniestro en el ámbito de los reaseguros; tramitación de declaraciones

Resolución N° 19751

Ref. Expediente N° SD2025/0001520

de siniestro en el ámbito de los seguros; tramitación de seguros; tratamiento de reclamaciones de seguros; valoración de reclamaciones de seguros.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: OLGA ENITH RAMOS GUIO
AV 2 3 13
LA CALERA CUNDINAMARCA
COLOMBIA

Vigencia: Diez 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 la señora **OLGA ENITH RAMOS GUIO**, solicitante del registro y a la sociedad **G.U.C. S.A.S.** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma y 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 19 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS