



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 25026

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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 10 de julio de 2025, **BANCO DAVIVIENDA S.A.**, solicitó el registro de la Marca **BE** (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. 1077, **THE BE COMPANY S.A.S.** presentó oposición frente a las clases 9, 35, 36, 38 y 42, con fundamento en: Literal a)

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 videos 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 multipataforma 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° SD2025/0067953

Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

(...) el fundamento de la presente oposición está dado por la inminente violación a los derechos de exclusividad de la sociedad THE BE COMPANY S.A.S. en caso de que se concediese el registro de la marca BE, para distinguir productos y servicios comprendidos en la CLASES 9, 35, 36, 38 y 42 de la Clasificación Internacional, a nombre de la sociedad BANCO DAVIVIENDA S.A., y, en especial, por la creación de un evidente riesgo de confusión y de asociación indebida en el público consumidor, respecto de las marcas registradas antes relacionadas que son de propiedad de mi representada la sociedad THE BE COMPANY S.A.S.

(...) La marca que se pretende registrar presenta un conjunto de similitudes con la expresión de mí representada, semejanzas éstas que tienen la capacidad de inducir a error al público consumidor

(...) 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 de la sociedad BANCO DAVIVIENDA S.A. reproduce de forma idéntica la parte relevante de las marcas opositoras BE de la sociedad THE BE COMPANY S.A.S.

(...) 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.

(...) La marca cuyo registro se objeta, BE, 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 elementos gráficos 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.

(...) 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, sobresale la palabra BE debido a su tamaño y posición dentro del signo, con lo que se configura una reproducción íntegra del elemento BE,

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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.

(...) Como quedó antes acreditado, mi representada la sociedad THE BE COMPANY S.A.S. es y ha sido titular por muchos años de varias marcas registradas y vigentes en Colombia que involucran en su conformación la expresión BE en distintas clases internacionales, expresión ésta sobre la cual recae la distintividad. Llamo la atención del Despacho sobre esta relación de marcas previamente registradas en las CLASES 9, 35, 36, 38 y 42 por parte de la sociedad THE BE COMPANY S.A.S. pues en todas ellas la carga distintiva recae sobre la expresión BE.

De acuerdo con ello, estamos frente a lo que se conoce como una FAMILIA DE MARCAS entendida esa figura como ese conjunto de signos distintivos a nombre de un mismo titular (THE BE COMPANY S.A.S.) que comparten un término o elemento común (BE), mediante el cual el público consumidor las asocia entre sí y las relaciona con un mismo origen empresarial.

(...) 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.

(...) 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

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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.

(...) El riesgo de asociación en este caso se presenta en la medida que el consumidor común supone erróneamente que los productos o servicios proceden de empresas vinculadas asociadas comercialmente de alguna manera, circunstancia totalmente opuesta a la que aquí se presenta, ya que por el contrario se trata de competidores y por tanto este peligro no puede permitirse, ya que este hecho determina en muchas ocasiones la decisión de compra del consumidor. Si esta posibilidad existe la oficina nacional competente debe rechazar la solicitud sin que sea necesario la certeza de la asociación.

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

(...) El signo BE (mixto) goza de suficiente distintividad intrínseca y extrínseca para ser registrado como marca, pues su origen empresarial es fácilmente identificable por estar compuesta del elemento figurativo correspondiente a LA

CASITA ROJA , elemento que es ampliamente reconocido y recordado por los colombianos (y no solo por el consumidor de servicios financieros), al punto de ser marca notoria.

El argumento principal del opositor es la presunta similitud entre las marcas derivada de la coincidencia en la expresión “BE”, sin embargo, dicha expresión es de uso común en todas las clases para las que fue solicitada la marca BE, por lo cual, la marca previa coexiste con un gran número de signos que contienen dicha denominación, sin que se genere riesgo alguno de confusión o asociación, pues los derechos se ostentan sobre un conjunto marcario y no sobre la expresión aisladamente considerada.

(...) En el presente caso, es importante señalar que, las marcas opositoras han coexistido desde su concesión con una pluralidad de marcas que contienen la expresión “BE”, registradas en las clases 09, 35, 36, 38 y 42, sin que se genere riesgo de confusión o asociación, por lo cual, también podrán coexistir con la marca solicitada, máxime considerando el nivel de distintividad de la marca solicitada.

La expresión “BE” es de uso común para identificar productos y servicios de las Clases 9, 35, 36, 38 y 42. En este sentido, al ser “BE” una expresión de uso común, nos permitimos traer a colación lo establecido por la Doctrina aplicable, en la medida en que, “se requiere por lo menos seis registros pertenecientes a distintos titulares para que pueda hablarse de uso común”

(...) 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.

Respecto 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 tenida en cuenta al momento del examen de registrabilidad.

(...) El signo BE es una marca derivada de la familia de marcas previa , pues el elemento sobre el cual recae el mayor grado de distintividad ya hace parte de una amplia familia de marcas previamente registrada por mi

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

representado.

(...) La marca solicitada incorpora un elemento de uso común aun gráfico previamente registrado como marca. En consecuencia, el signo resulta plenamente registrable, en la medida en que el elemento nominativo agregado “BE” carece de fuerza distintiva suficiente para ser monopolizado por un solo competidor. Por tanto, su inclusión no afecta la distintividad del conjunto ni genera restricción indebida.

(...) Así las cosas, la marca solicitada incorpora una marca notoria, respecto de la cual se ha acreditado reiteradamente su alto nivel de reconocimiento entre los consumidores del sector pertinente. En consecuencia, resulta inevitable que el público identifique el signo solicitado como una marca que proviene del mismo

origen empresarial que la marca notoria 🏠.

(...) 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 existían múltiples signos que incorporaban dicha expresión, incluso algunos consistentes exclusivamente en ella a nivel nominativo.

(...) Así las cosas, la visión de conjunto de las marcas resulta completamente distinta considerando sus elementos gráficos y colores, siendo su única similitud la coincidencia en la expresión de uso común “BE”. Teniendo en cuenta las diferencias existentes a nivel gráfico, los signos producen para el público consumidor una impresión general distinta, la cual descarta cualquier riesgo de confusión o asociación.

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

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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.

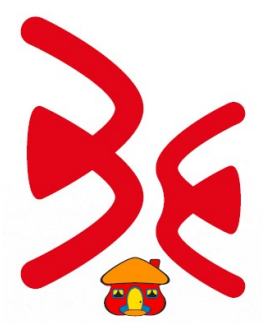
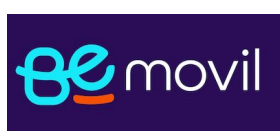
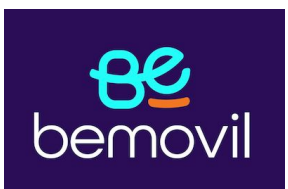
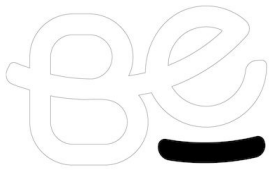
c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	BE BEMOVIL	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2022/0004818	11	35	Marca	Registrada	21 jun. 2032
Mixta	BE BEMOVIL	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2020/0096239	11	36	Marca	Registrada	11 ene. 2032
Mixta	BE MOVIL	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2023/0050129	11	35, 36	Marca	Registrada	22 jul. 2034
Mixta	BE WE	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2023/0050101	11	9, 36	Marca	Registrada	23 nov. 2033
Mixta	BE PAY	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2023/0050079	11	36	Marca	Registrada	28 jun. 2034
Mixta	BE BEMOVIL	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2022/0128179	11	35, 36	Marca	Registrada	08 ago. 2033
Mixta	BE	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2023/0050053	11	9, 35, 36, 38, 42	Marca	Registrada	03 jul. 2034
Mixta	THE BE COMPANY	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2023/0050055	11	9, 36, 38, 42	Marca	Registrada	23 sept. 2034
Mixta	BE BANK	THE BE COMPANY S.A.S.	SD2025/0065069	12	36	Marca	En estudio de fondo	Solicitud de fecha 03 jul. 2025

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Los signos opositores
	      

Jurisprudencia



Ref. Expediente N° SD2025/0067953

Comparación entre signos mixtos

En el análisis comparativo de marcas mixtas, como las antes vistas, es necesario tener en cuenta que ellos se componen de un elemento denominativo y otro gráfico lo que, por ende, sugiere que deberá establecerse cuál de estos dos elementos es el predominante.

“Aunque el elemento denominativo del signo mixto suele ser el preponderante, dado que las palabras impactan más en la mente del consumidor, también puede suceder que el elemento predominante no sea éste sino el elemento gráfico, ya sea que, por su tamaño, color, diseño y otras características puedan causar un mayor impacto en el consumidor, de acuerdo con las particularidades de cada caso.”⁴

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”⁵*

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

Prevalencia del elemento nominativo

⁴ TJCA, Proceso N° 49-IP-2016

⁵ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

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 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos opositores predomina el elemento denominativo, 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**

Prevalencia del elemento gráfico

Una vez determinado en el presente análisis que en el signo solicitado predomina el elemento gráfico, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

“(…)

- **Si el elemento gráfico es el preponderante en un signo y en el otro no,** en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- **Si el elemento gráfico es preponderante en los dos signos en conflicto,** se debe tener en cuenta las reglas de comparación entre signos figurativos, en relación con los cuales se pueden distinguir tres elementos:
 - a) **El trazado:** son los trazos del dibujo que forman el signo
 - b) **el concepto:** es la idea o concepto que el dibujo suscita en la mente de quien la observa
 - c) **Los colores:** si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.”⁸

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, en el caso de las marcas opositoras estos son nominativos y gráficos, y en el caso de la marca solicitada se concentra en su especial diseño, lo cual generan que al ser percibidas produzcan una

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁸ “Sobre esto se puede consultar la Interpretación Prejudicial 161-IP- 2015 del 27 de octubre de 2015”

Resolución N° 25026

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Máxime cuando el elemento que resulta en ellos coincidente, es decir, la palabra “BE”, es comúnmente utilizada en la identificación de productos y servicios comprendidos en las clases objeto de oposición (Clases 9, 35, 36, 38 y 42 Internacional), las cuales coexisten de manera pacífica en el mercado.

Muestra de ello, se relacionan los siguientes signos:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	be bolder	LAND SOFTWARE & TECHNOLOGY S.A	SD2022/0007738	11	9, 42	Marca	Registrada
Mixta	BE BELOSMAKI	BELMER OSPINA REINA	SD2022/0004500	11	35, 41	Marca	Registrada
Mixta	Be Safe 360	IT270 S.A.S	SD2022/0091179	11	35, 41, 45	Marca	Registrada
Nominativa	BE BRAVE	INVERSIONES DEL FUTURO AA SAS	SD2022/0048344	11	25, 35	Marca	Registrada
Mixta	BE OPEN	SHOKZ (SINGAPORE) PTE. LTD.	SD2022/0036569	11	9	Marca	Registrada
Mixta	BE LIVING	COLIVING SAS	SD2021/0017489	11	35, 36, 43	Marca	Registrada
Nominativa	BE HEROE	BE HEROE S.A.S.	SD2020/0096637	11	9, 41	Marca	Registrada
Nominativa	BE BRILLIANT	Signia GmbH	SD2021/0123498	11	9, 10, 35, 44	Marca	Registrada
Nominativa	BE WHAT'S NEXT	Corn Products Development, Inc	SD2021/0108944	11	42	Marca	Registrada
Mixta	Be Legal	BE LEGAL SC	SD2021/0028099	11	45	Marca	Registrada
Mixta	BE FLASH	YULIANA LUCIA ROLDÁN CASTRILLÓN	SD2025/0033694	12	3, 35	Marca	Registrada
Mixta	BE ART	SKIN ART S.A.S	SD2024/0086024	12	3, 35, 44	Marca	Registrada
Mixta	BE ALASKAN	FIT BOOST S.A.S.	SD2024/0061479	12	35	Marca	Registrada
Mixta	BE CALL	BECALL OUTSOURCING SAS	SD2022/0120154	11	35	Marca	Registrada
Mixta	Be SASSY	ESTEFANIA ACEVEDO VELEZ	SD2022/0108952	11	3, 25, 35	Marca	Registrada
Nominativa	BE READY	Nasco Healthcare Inc.	SD2023/0025563	12	35	Marca	Registrada
Mixta	BE ROCKET	DIANA CAROLINA GOMEZ ARISTIZABAL	SD2023/0015974	11	35	Marca	Registrada
Mixta	BE ELECTRIC	Henry Mauricio Vargas Murcia	15180146	10	12, 35	Marca	Registrada
Nominativa	BE FAST	ANTIOQUIA TELECOMUNICACIONES S.A.S.	15103094	10	35	Marca	Registrada
Nominativa	BE BRIGHT	GrandVision Group Holding B.V.	15030917	10	5, 9, 44	Marca	Registrada
Mixta	Be	BANCO CORPBANCA COLOMBIA S.A.	16118621	10	16, 35, 36	Marca	Registrada
Mixta	Be wear	CARLOS ZAMORANO LARRARTE	16016116	10	9	Marca	Registrada
Mixta	BE THE	ABBOTT LABORATORIES	15252257	10	35, 44	Marca	Registrada
Mixta	BE Become	SANTILLANA SISTEMAS EDUCATIVOS LTDA	12056688	9	9	Marca	Registrada
Mixta	BE Become	SANTILLANA SISTEMAS EDUCATIVOS LTDA	12056684	9	35	Marca	Registrada
Mixta	BE Become	SANTILLANA SISTEMAS EDUCATIVOS LTDA	12056682	9	38	Marca	Registrada
Nominativa	BE CERTAIN.	MTS Japan Ltd.	15002035	10	9, 38, 42	Marca	Registrada
Mixta	BE BRAND-E	CLUSTER RESEARCH S.A.S.	13286648	10	42	Marca	Registrada
Mixta	be parKing	PARKING INTERNATIONAL S.A.S	13278089	10	35, 39	Marca	Registrada
Mixta	BE BONSAI	MARIA CLARA REYES	SD2020/0054397	11	9, 16, 25, 35, 41	Marca	Registrada
Mixta	Be Contenidos	Be Contenidos S.A.S	SD2019/0091690	11	35	Marca	Registrada
Mixta	BE COLOMBIA	LINIO COLOMBIA S A S	SD2019/0023804	11	35, 38	Marca	Registrada



Resolución N° 25026

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

Mixta	be GIFT CARD	GIFT CARD COLOMBIA S.A.S.	SD2020/0094612	11	35, 36	Marca	Registrada
Mixta	BE GURU	L'OREAL	SD2020/0060996	11	35	Marca	Registrada
Mixta	be IN crypto	BelnNews Academy Limited	SD2020/0056071	11	36, 42	Marca	Registrada
Mixta	be ys	BE INVEST INTERNATIONAL S.A.	SD2017/0029153	11	35, 36, 45	Marca	Registrada
Nominativa	BE BRASIL	AGENCIA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES DE BRASIL APEX-BRASIL	SD2016/0012666	10	35	Marca	Registrada
Nominativa	BE PRETTY	BEPRETTY SPA	16162744	10	35, 44	Marca	Registrada
Mixta	Be Together	GORDUN COMERCIALIZADORA LTDA	SD2019/0022094	11	36, 43	Marca	Registrada
Mixta	Be gan	JANNETH VILLAR RUIZ	SD2017/0086210	11	18, 25, 35	Marca	Registrada
Mixta	BE MATE	Be MATE COMMUNITY ESPAÑA, SAU	SD2017/0038878	10	35, 38, 43	Marca	Registrada

En consecuencia, no es posible fundamentar la existencia de confundibilidad en el hecho de compartir la expresión “BE”, cuando esta expresión forma parte de una variedad de marcas que coexistencia de manera pacífica en el mercado, siendo por tanto una expresión de uso común, de manera que damos aplicación a lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, sobre el particular:

“una marca que contenga una partícula de uso común no puede impedir su inclusión en marcas de terceros y fundar, en esa sola circunstancia, la existencia de confundibilidad, ya que entonces se estaría otorgando a su titular un privilegio inusitado sobre un elemento de uso general o necesario. El titular de una marca con un elemento de uso común sabe que tendrá que coexistir con las marcas anteriores y con las que se han de solicitar en el futuro. Esta realidad, necesariamente, tendrá efectos sobre el criterio que se aplique en el cotejo, por ello se ha dicho que esos elementos de uso común son necesariamente débiles y que los cotejos entre marcas que los contengan deben ser efectuados con criterio benevolente”⁹.

Ahora, vemos que la marca solicitada adicionalmente contiene un elemento gráfico que resulta absolutamente distintivo e indicativo de su procedencia empresarial, correspondiente al gráfico de la casita roja, marca que si bien fue notoriamente conocida hasta el mes de abril del año 2018 y no es posible asumir que dicho estatus persiste después de siete años, tampoco se puede desconocer que dicha marca que se encuentra presente en un sinnúmero de registros marcarios de titularidad del solicitante y que conforma una familia de marcas, no sirva como elemento diferenciador e indicativo de su origen empresarial. Aunado a este elemento, el signo solicitado cuenta con un diseño particular y distintivo de sus letras en la conformación de la palabra “BE”. De manera que, analizado en su conjunto, goza de suficientes elementos diferenciadores frente a los signos fundamento de oposición. Cabe precisar que el signo solicitado no es una marca derivada de las marcas previamente registradas que igualmente contienen la gráfica de la casita roja, en tanto que presenta elementos adicionales en su conformación que difieren de dichos registros como son la palabra BE en su diseño particular y característico de letras que no corresponde a un elemento accesorio; además de contener una reivindicación de productos y servicios que difiere en muchos casos.

Aunado a lo anterior, si bien no es posible desconocer que el opositor es titular de una variedad de registros marcarios que contienen la misma expresión “BE”, no puede pretender derivar de ella una protección reforzada capaz de impedir que cualquier empresario haga uso de un término que es de uso común en el mercado, precisamente porque los elementos comunes, como lo es la palabra “BE”, no tienen la virtualidad por sí

⁹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones. Interpretación Prejudicial, Proceso N° 31-IP-2003.



Ref. Expediente N° SD2025/0067953

solos de dotar a los signos de un rasgo distintivo común, en grado de exclusividad, precisamente porque esa palabra por sí sola considerada carece de distintividad intrínseca, por ende, no podrá ser indicativa de un solo origen empresarial o de una pertenencia común por cuanto es una expresión presente en diversas marcas, de libre uso, no monopolizable, y al encontrarse presente en un sinnúmero de marcas, no tiene la virtualidad de modificar su carácter y/o naturaleza o condición inapropiable por su común uso, dado que esto iría en contra de los diferentes competidores, del consumidor y del mercado en general.

En efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado respecto de lo que se entiende por una familia de marcas, que es precisamente el contener un rasgo distintivo común, como requisito indispensable, 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”.*¹⁰

En el presente caso, al no contener ese rasgo distintivo común, (dado que el uso común del término impide que el mismo goza de esa distintividad intrínseca), sino simplemente coincidir en la incorporación de una expresión inapropiable, no es posible asumir que nos encontramos frente a una familia de marcas objeto de especial protección con la virtualidad de impedir que terceros hagan uso de términos de uso común, cuando en el mercado existen diversos registros conformados por la misma expresión BE.

Aclarado lo anterior, y al haberse precisado que el signo solicitado contiene otros elementos que permiten su diferenciación e individualización dentro del mercado, como lo es el especial diseño de las sus letras y el uso de la casita roja, que forma parte de una familia de marcas de titularidad del solicitante, permiten que el signo goce de la distintividad extrínseca necesaria para impedir generar confusión frente a los signos opositores. y tampoco podemos desconocer que los signos opositores también contienen en su conformación expresiones y gráficos adicionales que a su vez sirven como derrotero de diferenciación.

Por consiguiente no existe riesgo de confusión entre los signos cotejados, en la medida en que los vocablos y gráficos adicionales existentes entre los signos logran diluir claramente las semejanzas derivadas de la palabra inapropiable **“BE”**. Lo anterior permite claramente que el consumidor diferencie su origen empresarial, sin que se genere riesgo de asociación respecto del mismo.

Es decir, si bien el signo solicitado reproduce parcialmente a los signos registrados, en su visión de conjunto no resultan confundible en la medida en que presentan elementos adicionales nominativos y gráficos 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, máxime cuando la expresión coincidente es de uso común.

¹⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Adicionalmente, visto el Sistema de Información 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 **THE BE COMPANY S.A.S.**, frente a la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Declarar infundada la oposición interpuesta por **THE BE COMPANY S.A.S.**, frente a la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 3: Declarar infundada la oposición interpuesta por **THE BE COMPANY S.A.S.**, frente a la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 4: Declarar infundada la oposición interpuesta por **THE BE COMPANY S.A.S.**, frente a la clase 38 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 5: Declarar infundada la oposición interpuesta por **THE BE COMPANY S.A.S.**, frente a la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 6: Conceder el registro de la Marca BE (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

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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 (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:

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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 (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 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 (Mixta).

Ref. Expediente N° SD2025/0067953



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 (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° SD2025/0067953

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 (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:

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;

Ref. Expediente N° SD2025/0067953

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 (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 (Mixta).

Ref. Expediente N° SD2025/0067953



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 **BANCO DAVIVIENDA S.A.**, solicitante del registro y a **THE BE COMPANY S.A.S.** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 16: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 10 de abril de 2026

Ref. Expediente N° SD2025/0067953



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS