

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29295

Ref. Expediente N° SD2025/0106957

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 15 de octubre de 2025, Tatiana Del Rio Mayordomo, solicitó el registro de la Marca Bee Consultoría y Negocios (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad 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.

¹ 9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

Ref. Expediente N° SD2025/0106957

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

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	BEES	BEES Global AG	SD2020/0011535	11	9, 35, 42	Marca	Registrada	05 oct. 2030
Nominativa	Bee	MAX MEDIA S.A.S.	15257505	10	9, 38, 42	Marca	Registrada	08 nov. 2026

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° SD2025/0106957

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	Bee
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.



Ref. Expediente N° SD2025/0106957

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles.

En efecto, desde el punto de vista ortográfico, se advierte que los signos cotejados comparten como elemento relevante y distintivo el vocablo BEE, el cual se erige como el eje de mayor recordación en la mente del consumidor. Lo anterior, en la medida en que dicho término constituye la denominación de las marcas antecedentes y, a su vez, corresponde al componente inicial y preponderante del signo solicitado.

De igual forma, desde el aspecto fonético, los signos cotejados presentan una coincidencia sustancial en su estructura sonora, particularmente en su elemento predominante BEE, el cual se configura como una unidad monosilábica (BEE/BEE/BEES) con similar base fonética, manteniendo una secuencia de fonemas semejante. En tal sentido, al ser pronunciados de manera sucesiva y no simultánea, se generan un efecto sonoro similar ante el consumidor.

Finalmente, en cuanto a la similitud conceptual, se observa que el término común BEE, que en idioma español significa abeja, permanece inalterado en todos los signos, constituyéndose en el elemento semántico esencial que fija la idea en la mente del consumidor. Esta coincidencia conlleva a una semejanza ideológica, en la medida en que los signos remiten a un mismo concepto. A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas.

Teniendo en cuenta lo anterior, se advierte que el elemento nominativo preponderante del signo solicitado se encuentra contenido en las marcas antecedentes. Si bien el signo solicitado es de naturaleza mixta y presenta una tipografía especial que reproduce la denominación, junto con elementos gráficos en forma de hexágonos y las palabras adicionales CONSULTORIA Y NEGOCIOS, dichas características no resultan suficientes para neutralizar ni desvirtuar las semejanzas existentes con las marcas previamente registradas.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0106957

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

Clase 42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 15257505, clase 9: Teléfonos celulares, teléfonos inteligentes.

Clase 42: Consultoría en tecnología de telecomunicaciones.

Expediente SD2020/0011535, clase 9: Software de ordenador en forma de una aplicación para dispositivos móviles y ordenadores; aplicaciones de software para su uso con dispositivos móviles; software para procesar pagos electrónicos hacia y desde otros; software de autenticación; software informático suministrado en Internet; publicaciones electrónicas en línea (descargables desde Internet o una red informática o una base de datos informática); software de mensajería instantánea; software de computación en la nube descargable; software descargable basado en la nube; Publicaciones electrónicas descargables en forma de revistas, artículos, folletos, panfletos, hojas de datos, materiales de información, materiales de instrucción en el campo de los negocios, comercio electrónico, tecnología de la información, computación en la nube, telecomunicaciones, Internet, negocios y capacitación en comercio electrónico, negocios, ventas, marketing y gestión financiera; hardware y firmware de computadora; software (incluido el software descargable desde Internet); sistema de navegación de automóviles; música digital (descargable desde Internet); Aparatos de telecomunicaciones; juegos, imágenes, películas, películas y música descargables; unidades móviles de radio y televisión.

Clase 42: Provisión de motores de búsqueda de Internet, a saber, proporcionar servicios relacionados con la búsqueda informatizada en línea para el pedido, entrega y transporte de bienes de consumo; software como servicio (SaaS) y plataforma como servicio (PaaS) relacionados con bienes de consumo; Suministro de uso temporal de software informático no descargable para compras en línea; suministro temporal de software informático no descargable para facilitar pagos y transacciones en línea; Proporcionar el uso temporal de software informático no descargable que proporciona servicios de venta minorista y pedidos de una amplia variedad de bienes de consumo.

Ref. Expediente N° SD2025/0106957

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 9 internacional (Expediente 15257505). Principio de Razonabilidad

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección evidencia que resulta comercialmente habitual que los productos identificados por ambos signos sean ofrecidos por un mismo empresario, lo cual determina una posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones respecto de su origen empresarial. Lo anterior cobra especial relevancia en el sector tecnológico, caracterizado por la integración funcional de productos como teléfonos celulares, equipos de procesamiento de datos, software y dispositivos de transmisión o reproducción de información, los cuales comúnmente hacen parte de un mismo portafolio empresarial y responden a estrategias de convergencia tecnológica.

En este sentido, resulta usual que un empresario que participa en el mercado de teléfonos celulares y teléfonos inteligentes amplíe su oferta hacia productos tecnológicos afines tales como software, sistemas de procesamiento de datos, dispositivos de almacenamiento y aparatos de transmisión o reproducción de contenidos, como parte del giro ordinario de sus actividades y de modelos de negocio basados en ecosistemas digitales integrados. Esta práctica, ampliamente extendida en el mercado, refuerza la percepción de unidad empresarial frente al consumidor.

Adicionalmente, debe señalarse que los productos identificados suelen ser publicitados y promocionados a través de los mismos canales de comercialización, tanto en medios de difusión masiva como en entornos digitales, incluyendo campañas que integran dispositivos móviles con aplicaciones, servicios digitales y otros elementos tecnológicos. Esta circunstancia incrementa el riesgo de asociación, en la medida en que el consumidor puede asumir, de manera razonable, que todos los productos provienen de un mismo origen empresarial.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 9 internacional (Expediente SD2020/0011535) por Identidad

En el caso particular, se advierte que existe identidad de cobertura entre los productos que pretende reivindicar el signo solicitado y aquellos amparados por la marca antecedente relacionados con software, situación que permite determinar que los productos sean idénticos, compartan igual naturaleza y destinación. En tales condiciones, el consumidor promedio estaría en riesgo real de asumir que los productos son equiparables en su calidad, debido a la cercanía de los signos, con lo cual se desnaturaliza el objeto de la marca y su poder para reconocer un origen empresarial único que corresponde a una calidad específica.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 42 internacional (Expediente 15257505). Principio de Razonabilidad

Esta Dirección advierte que, hace parte del giro ordinario de los negocios que un empresario del sector tecnológico y de telecomunicaciones amplíe su portafolio e incursione en servicios de investigación, desarrollo de software y diseño de soluciones tecnológicas. En efecto, en este ámbito económico resulta usual la prestación integrada de servicios que abarcan desde la consultoría especializada hasta la implementación técnica de soluciones, por lo que el consumidor medio puede asumir, de manera razonable, que quien ofrece servicios de consultoría en telecomunicaciones también presta servicios afines de desarrollo e innovación tecnológica. En tal contexto, el riesgo de asociación se incrementa de forma significativa.

Ref. Expediente N° SD2025/0106957

Así, se evidencia que los servicios de consultoría en telecomunicaciones se encuentran articulados con los servicios de investigación, diseño y desarrollo tecnológico, en tanto responden a un mismo ámbito económico del mercado. Esta relación comercial conduce a que el consumidor pueda inferir que tales servicios provienen de un mismo origen empresarial o que hacen parte de una misma línea de negocio, lo cual no necesariamente corresponde con la realidad, generándose un riesgo de asociación en el mercado.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 42 internacional (Expediente SD2020/0011535). Principio de Razonabilidad

Esta Dirección constata que los servicios reivindicados se inscriben dentro de un mismo género económico vinculado al sector tecnológico, incluyendo software y provisión de soluciones digitales. En tal sentido, el consumidor medio podría asumir que el empresario dedicado a la provisión de motores de búsqueda en Internet, así como a la oferta de software como servicio (SaaS), plataforma como servicio (PaaS) y al suministro temporal de software informático no descargable, ha extendido su portafolio hacia servicios científicos y tecnológicos en general, incluyendo actividades de investigación, análisis, diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software. Esta percepción se sustenta en las prácticas usuales del mercado, en las que los empresarios del sector tecnológico operan bajo esquemas de integración funcional y diversificación de servicios dentro de una misma línea de negocio.

Finalmente, atendiendo a los canales de comercialización, se evidencia que los servicios reivindicados se ofrecen a través de medios coincidentes, tales como plataformas, sitios web corporativos y esquemas de contratación empresarial especializadas en soluciones tecnológicas. Esta convergencia en los canales de acceso refuerza la posibilidad de que el consumidor atribuya a tales servicios un origen empresarial común, incrementando así el riesgo de asociación en el mercado.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Bee Consultoría y Negocios (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Tatiana Del Rio Mayordomo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁵ 9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

Ref. Expediente N° SD2025/0106957

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Bee Consultoría y Negocios (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Tatiana Del Rio Mayordomo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a Tatiana Del Rio Mayordomo, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 22 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.