

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 36918

Ref. Expediente N° SD2025/0120145

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 20 de noviembre de 2025, COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO DE SANTANDER LIMITADA, FINANCIERA COMULTRASAN O COMULTRASAN, solicitó el registro de la Marca COMULTRASAN (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1092, 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 irregistrabilidad 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 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,

¹ 36: Servicios de operaciones bancarias para los consumidores prestados por cooperativas de ahorro y crédito; servicios financieros; servicios financieros prestados a través de internet; servicios financieros prestados por internet; servicios financieros prestados por medios electrónicos.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0120145

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 marca previamente registrada

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
Mixta	COOMULTRASAN.COM	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DE SANTANDER LTDA-COOMULTRASAN	SD2021/0101866	11	35, 44	Marca	Registrada
Mixta	COOMULTRASAN MULTIACTIVA	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DE SANTANDER LTDA-COOMULTRASAN	SD2021/0101869	11	35, 44	Marca	Registrada
Mixta	Coomultrasán Hogar	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DE SANTANDER LTDA-COOMULTRASAN	SD2024/0085235	12	9, 11, 35	Marca	Registrada
Mixta	COOMULTRASAN MULTIACTIVA	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DE	05029737	8	35	Marca	Registrada

•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° SD2025/0120145

		SANTANDER LTDA-COOMULTRASAN					
Mixta	Hogar COOmULTRASAn	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DE SANTANDER LTDA-COOMULTRASAN	14206384	10	35	Marca	Registrada
Mixta	COOMULTRASAN.COM	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DE SANTANDER LTDA-COOMULTRASAN	SD2018/0056928	11	35	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
 	     

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.



Ref. Expediente N° SD2025/0120145

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, como quiera que el signo solicitado reproduce integralmente la expresión COMULTRASAN del signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

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/o 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/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

36: Servicios de operaciones bancarias para los consumidores prestados por cooperativas de ahorro y crédito; servicios financieros; servicios financieros prestados a través de internet; servicios financieros prestados por internet; servicios financieros prestados por medios electrónicos.

El signo previamente registrado identifica :

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° SD2025/0120145

Expediente SD2021/0101866 clase 35: Comercialización de toda clase de productos, especialmente electrodomésticos, materiales para la construcción, medicamentos, perfumería y productos naturales; servicios de venta minorista prestados por droguerías..

Expediente SD2021/0101869 clase 35: Comercialización de toda clase de productos, especialmente electrodomésticos, materiales para la construcción, medicamentos, perfumería y productos naturales; servicios de venta minorista prestados por droguerías..

Expediente SD2024/0085235 clase 35: Presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta minorista; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta mayorista; servicios de venta mayorista y minorista en línea; promoción de ventas para terceros; comercialización de productos; servicios de representación comercial; servicios de presentación de productos para su comercialización; Comercialización de todo tipo de electrodomésticos de terceros, así como neveras, lavadoras, estufas, aires acondicionados, hornos microondas, secadoras, televisores de todo tipo, equipos de sonido, teatros en casa, blu ray, tablet's, computadores, video cámaras, cámaras, refrigeración industrial y máquinas de coser , muebles, equipos de gimnasia, motos.

Expediente 05029737 clase 35: comercialización de toda clase de productos, especialmente electrodomésticos, materiales para la construcción, medicamentos, perfumería y productos naturales.

Expediente 14206384 clase 35: comercialización de todo tipo de electrodomésticos de terceros, así como neveras, lavadoras, estufas, aires acondicionados, hornos microondas, secadoras, televisores de todo tipo, equipos de sonido, teatros en casa, blu ray, tablet's, computadores, video cámaras, cámaras, refrigeración industrial y máquinas de coser, muebles, equipos de gimnasia, motos.

Expediente SD2018/0056928 clase 35: Comercialización por Internet; comercialización de productos; agrupamiento, en beneficio de terceros, de productos diversos para que los consumidores puedan examinarlos y comprarlos a su conveniencia; servicios informatizados de tiendas minoristas en línea; servicios de venta mayorista y minorista en línea de toda clase de productos, especialmente electrodomésticos, computadores; teléfonos inteligentes, productos electrónicos de consumo, muebles, vehículos, repuestos y accesorios para vehículos, equipos, instrumentos, herramientas y materiales para la construcción, artículos de ferretería; artículos y preparaciones de limpieza, productos para la higiene y el cuidado personal, productos de tocador, cosméticos, perfumes; medicamentos, preparaciones dietéticas, preparaciones y artículos veterinarios; productos para mascotas; alimentos, bebidas, productos comestibles; joyería, ropa, calzado y sombrerería; artículos de guarnicionería; máquinas y artículos para deportivos, artículos de papelería, materiales escolares, productos y utensilios de cocina y para el hogar, y mercancía en general; difusión de material de marketing y publicitario; difusión de materiales publicitarios en línea; información y asesoramiento comerciales al consumidor en la selección de productos y servicios; presentación de empresas, sus productos y servicios en Internet; presentación de productos al público; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta minorista; presentación de productos y servicios por medios electrónicos; procesamiento de pedidos electrónicos; promoción de productos y servicios de terceros; promoción de productos y servicios de terceros por Internet; promoción de productos y servicios de terceros mediante: cupones comerciales, programas de clientes preferentes, tarjetas de descuento, tarjetas de fidelización, patrocinio de eventos deportivos, y exposiciones comerciales; provisión de información sobre diversos productos por medio de redes de telecomunicación con fines publicitarios y de venta; publicación de material publicitario; puesta a disposición de

Ref. Expediente N° SD2025/0120145

espacios publicitarios en sitios web para anunciar productos y servicios; puesta a disposición de información al cliente sobre productos y servicios; suministro de espacios publicitarios en medios electrónicos; suministro de información y asesoramiento a los consumidores respecto a la compra de determinados productos y artículos; suministro en línea de directorios de información comercial por Internet..

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la razonabilidad entre los productos. Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial”. Así, conforme las dinámicas del mercado, es habitual que el empresario que comercializa productos de terceros por internet y en tiendas físicas preste de manera concomitante el servicio de financiación directa.

En efecto, no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector específico busque ampliar su esquema de negocios e incursione en otro tipo de servicios del mismo sector, por lo que el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de una serie de elementos y prestaciones ahora incursione en otro afín. Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector afín al del antecedente antes mencionado.

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 COMULTRASAN (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO DE SANTANDER LIMITADA, FINANCIERA COMULTRASAN O COMULTRASAN, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO DE SANTANDER LIMITADA, FINANCIERA COMULTRASAN O COMULTRASAN, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

Resolución N° 36918

Ref. Expediente N° SD2025/0120145

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS