

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 37072

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 9 de abril de 2025, **CENTRO RADIOLOGICO COLMES SAS**, solicitó el registro de la marca **CENTRO RADIOLÓGICO COLMES SAS** (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la Clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que mediante Oficio N°8642 del 3 de junio de 2025, esta Dirección, con fundamento en el artículo 144 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, advirtió que la denominación señalada en la solicitud no coincidía con la etiqueta aportada. Debido a ello, requirió a la parte para que agregara la denominación **RADIOLÓGICO COLMES SAS**, o, aportara una nueva etiqueta que guarde correspondencia con la denominación.

Que mediante escrito radicado el día 25 de junio de 2025, **CENTRO RADIOLOGICO COLMES SAS**, solicitante del registro, respondió al requerimiento de forma realizado mediante Oficio N°8642 del 3 de junio de 2025, argumentando lo siguiente:

“En ese orden de ideas, manifestamos que la denominación que se pretende registrar es la que aparece en la etiqueta aportada inicialmente “CENTRO RADIOLÓGICO COLMES SAS”.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1072 de 29 de junio de 2025, **FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL**, presentó oposición con fundamento en el artículo 136, literales a) y h), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“1. FUNDAMENTOS DE LA OPOSICIÓN

La presente oposición tiene como fundamento lo establecido en el literal a) y h) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina (en adelante la “Decisión 486”), tal y como lo pasamos a desarrollar en detalle, con el fin de que se declare fundada la oposición y se niegue la solicitud de registro correspondiente.

ARGUMENTOS JURÍDICOS Y FÁCTICOS DE LA OPOSICIÓN

3.1. El artículo 136 de la Decisión 486

El artículo 136 de la Decisión 486 señala que no podrán registrarse como marca aquellos signos cuyo uso en el comercio afecte el derecho de un tercero, y 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 44: Servicios prestados por técnicos en radiología; servicios de odontología; servicios de clínicas odontológicas; servicios de clínicas de salud.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

“h) Constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido cuyo titular sea un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso fuese susceptible de crear un riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario.”

En virtud de lo anterior, demostraremos que: i) el signo solicitado a registro es similarmente confundible con la marca notoria “COLMENA”; y, ii) que las marcas que contienen la expresión “COLMENA” continúan siendo notoriamente conocidas en el sector pertinente, por tanto, el hecho de que un tercero intente tomar provecho injustificado de la reputación y reconocimiento de la familia de marcas de nuestra representada y su marca notoria, debe dar lugar a un pronunciamiento de la SIC, en el que se niegue el registro del signo con fundamento en la marca “COLMENA” notoriamente conocida en el mercado y con base en el riesgo de confusión y asociación que se generaría en el consumidor al permitir la coexistencia de estas marcas.

3.2. Las marcas confrontadas

3.2.1. Las marcas de nuestra representada:”

(...)

“3.2.2. Familia de marcas

Como mencionamos anteriormente, estos signos conforman una familia de marcas, en la que la expresión “COLMENA” es el elemento común. Así, la familia de marcas de nuestra representada merece una protección reforzada, tal como lo ha manifestado tanto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (en adelante “TJCA”) (...) como la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante “SIC”) (...).

Por lo anterior, esta Dirección debe tener en cuenta que la expresión “COLMENA” es el elemento predominante de la familia de marcas de nuestra representada y el cual ha permeado la mente de los consumidores al punto tal que, cuando estos perciban a un signo que reproduce la expresión y/o la identidad visual de las marcas “COLMENA”, los asociarán de manera inmediata con nuestra representada.*

3.2.3. Marca notoriamente conocida “COLMENA”

En este caso, acreditaremos que la marca “COLMENA” es notoriamente conocida en el sector pertinente, por cumplir con los factores contenidos en el artículo 228 de la Decisión 486. (...)”

(...)

“3.3. El signo solicitado se encuentra incurso en la prohibición consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

(...)

3.3.1. Naturaleza de los signos en conflicto

(...) Por lo anterior, dichas expresiones carecen de distintividad (...) En consecuencia, siguiendo la jurisprudencia (...) los signos a comparar son los siguientes:

*Signo solicitado — Marca previamente registrada
COLMES — COLMENA*

Tal como se puede ver con la comparación realizada, salta a la vista que la marca

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

solicitada reproduce casi por completo el elemento común de la familia de marcas de nuestra representada (...).

3.3.3. Riesgo de asociación

(...) al hacerse una reproducción casi total del elemento predominante de las marcas “COLMENA” (...) el consumidor correrá el riesgo de pensar que existe una relación jurídica o comercial entre FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL y el Solicitante (...)

“3.3.4. Conexidad competitiva

El TJCA (...) ha establecido que (...) criterios sustanciales: intercambiabilidad, complementariedad y razonabilidad.

(...) En el presente caso, los servicios amparados por la marca solicitada guardan una estrecha relación con los servicios amparados por las marcas “COLMENA” (...)

(...) existe un grado de sustituibilidad (...)

(...) complementariedad (...)

(...) bajo el criterio de razonabilidad, resulta evidente que el consumidor considera normal que un mismo prestador ofrezca servicios médicos generales, odontológicos y radiológicos (...)

En este sentido, la conexidad competitiva entre los signos cotejados es innegable (...).

“3.4. Teoría de la interdependencia

(...) a mayor semejanza entre los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos o servicios (...)

(...) la conclusión no debe ser otra que el signo solicitado y las marcas “COLMENA” (...) son confundibles y/o asociadas (...)

“3.5. El signo solicitado se encuentra incurso en la prohibición consagrada en el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486

(...)

3.5.1. Aprovechamiento indebido de la reputación asociada a la marca notoriamente conocida

(...) el solicitante tomará provecho de los esfuerzos financieros y publicitarios de nuestra representada (...)

3.5.2. Dilución de la fuerza distintiva y del valor comercial de la marca notoria “COLMENA”

(...) esa unicidad y capacidad identificadora (...) inevitablemente se diluirá.

(...) “si el público comprueba que la marca renombrada es usada por un tercero (...) se desvanecerá el carácter distintivo y el potencial publicitario de la marca renombrada (...)

(...) estaría generando en la mente de los demás empresarios y del consumidor la idea errada de que las marcas “COLMENA” (...) pueden ser reproducidas por cualquiera.

(...) la SIC está llamada a protegerla frente a una eventual pérdida de su alcance exclusivo (...).

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **CENTRO RADIOLOGICO COLMES**

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

SAS, no dio respuesta a la oposición

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:

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.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

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.

Literal h) 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:

h) constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido cuyo titular sea un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso fuese susceptible de causar un riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario”.

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 se presente como una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial de un signo notoriamente conocido, cualesquiera sean los productos o servicios identificados por los signos.

El segundo supuesto de hecho se refiere a la capacidad que el uso del signo solicitado tuviere para generar riesgo de confusión o de asociación con el titular del signo notorio o sus productos o servicios, o si dicho uso se configurare como un aprovechamiento injusto de la reputación del signo notorio o causare una dilución de su capacidad distintiva, o su valor comercial o publicitario.

Así, es necesario determinar el alcance de cada uno de los supuestos contemplados en la norma a fin de proceder al estudio de la causal de irregistrabilidad en cuestión.

Reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción

La causal de irregistrabilidad en estudio protege al signo notorio frente a actos de

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° SD2025/0033086

reproducción⁴, imitación⁵, traducción⁶, transliteración⁷ o transcripción⁸, total o parcial, que frente al mismo pretendan efectuarse por parte de terceros.

En cuanto a la comparación de los signos, cuando uno es notorio la identidad o semejanza debe ser analizada a la luz de los criterios reiteradamente establecidos por la doctrina y la jurisprudencia. Así, es necesario verificar la naturaleza de los signos enfrentados a fin de determinar la regla comparativa pertinente al caso concreto, teniendo en cuenta además que la calidad de notorio que el signo opositor ostentare y el grado de notoriedad acreditado frente al mismo, así como su capacidad distintiva intrínseca, influyen directamente en la comparación de las marcas, toda vez que cuando se trata de signos notorios, el examen comparativo está revestido de una mayor rigurosidad en atención a dicha calidad y su especial protección.

Signo notorio

La definición legal del signo notorio se encuentra en el artículo 224 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece:

“Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País Miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido”.

De acuerdo con la definición del Diccionario de la Lengua Española, la característica de notorio se predica de algo que es público y sabido por todos, además de claro y evidente⁹. En efecto, la calificación de notorio de un objeto o una persona está estrechamente ligada al sentimiento generalizado de que dicho objeto o persona son ampliamente conocidos por un sector determinado.

Para referirse a un signo notorio es preciso determinar que el uso amplio y generalizado por parte de su titular se ha traducido en la exteriorización de aquel dentro del público consumidor, de tal manera que es fácilmente reconocido y recordado por el consumidor que ha tenido contacto con los productos o servicios identificados por el signo, o por los consumidores potenciales, es decir aquellos que si bien no han adquirido los productos o servicios, saben que se ofertan bajo dicho signo y les endilgan alguna calidad o característica, ya inferida por otro consumidor o gracias a asociaciones derivadas de la información de dichas calidades o características dada mediante la amplia y constante publicidad del signo.

Sector pertinente

⁴ Reproducir. 1. tr. Volver a producir o producir de nuevo. U. t. c. prnl. 2. tr. Volver a hacer presente lo que antes se dijo y alegó. 3. tr. Sacar copia, en uno o en muchos ejemplares, de una obra de arte, objeto arqueológico, texto, etc., por procedimientos calcográficos, electrolíticos, fotolitográficos o mecánicos y también mediante el vaciado.

⁵ Imitar. (Del lat. imitari). 1. tr. Ejecutar algo a ejemplo o semejanza de otra cosa. 2. tr. Dicho de una cosa: Parecerse, asemejarse a otra. 3. tr. Hacer o esforzarse por hacer algo lo mismo que otro o según el estilo de otro. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁶ Traducir. (Del lat. traducere, hacer pasar de un lugar a otro). 1. tr. Expresar en una lengua lo que está escrito o se ha expresado antes en otra. 2. tr. Convertir, mudar, trocar. 3. tr. Explicar, interpretar. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁷ Transliterar. (De trans- y el lat. littera, letra). 1. tr. Representar los signos de un sistema de escritura mediante los signos de otro. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁸ Transcribir. (Del lat. transcribere). 1. tr. copiar (ll escribir en una parte lo escrito en otra). 2. tr. transliterar. 3. tr. Representar elementos fonéticos, fonológicos, léxicos o morfológicos de una lengua o dialecto mediante un sistema de escritura. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁹ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

En concordancia con lo anterior, el artículo 230 de la Decisión 486 incluye dentro del sector pertinente para determinar si un signo es notorio; los siguientes:

“a) los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique;

b) las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplique; o

“c) los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique”.

Y añade que:

“para efectos de reconocer la notoriedad de un signo bastará que sea conocido dentro de cualquiera de los sectores referidos en los literales anteriores”.

Criterios para determinar la notoriedad

A fin de determinar la notoriedad de un signo distintivo según el mismo sea reconocido como tal dentro del sector pertinente la Decisión 486 establece en su artículo 228 una serie de criterios que, sin ser taxativos, fijan pautas que guían al examinador en el análisis de notoriedad, así:

“Para determinar la notoriedad de un signo distintivo, se tomará en consideración entre otros, los siguientes factores:

a) el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro;

b) la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro;

c) la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, dentro o fuera de cualquier País Miembro, incluyendo la publicidad y la presentación en ferias, exposiciones u otros eventos de los productos o servicios, del establecimiento o de la actividad a los que se aplique;

d) el valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover el establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique;

e) las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular en lo que respecta al signo cuya notoriedad se alega, tanto en el plano internacional como en el del País Miembro en el que se pretende la protección;

f) el grado de distintividad inherente o adquirida del signo;

g) el valor contable del signo como activo empresarial;

h) el volumen de pedidos de personas interesadas en obtener una franquicia o licencia del signo en determinado territorio; o,

i) la existencia de actividades significativas de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el País Miembro en que se busca protección;

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

j) los aspectos del comercio internacional; o,

k) la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero”.

De acuerdo con lo anterior, para poder determinar la notoriedad de un signo distintivo, es preciso que se haya difundido dentro de un territorio y durante un tiempo determinado, toda vez que la única manera de lograr el reconocimiento de un signo distintivo es por medio de su difusión, lo cual implica la identificación de un ámbito temporal y territorial.

Por lo demás, resulta importante resaltar que los criterios normativos permiten que las pruebas aportadas estén referidas a territorio extranjero, pero deben ir dirigidas a demostrar el conocimiento del signo entre los miembros del sector pertinente de cualquiera de los países miembros de la Comunidad Andina.

Prueba de la notoriedad

De conformidad con lo expuesto hasta acá, quien alega notoriedad asume la carga de probar por los medios probatorios conducentes, pertinentes y útiles, la calidad de notoria de la marca de conformidad con la definición, y criterios ya vistos en los artículos 229, 228 y 230 de la Decisión 486.

Identidad o semejanza de los signos

La semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos: Conceptual, ortográfico, fonético y visual.

Existirá semejanza conceptual cuando los dos signos evoquen una idea idéntica o semejante.

La similitud ortográfica se presenta por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión.

Por su parte la visual puede ser entendida como ortográfica, pero es principalmente referida a los signos figurativos o esencialmente visibles.

La semejanza fonética se presenta por coincidencia en las raíces o terminaciones, y cuando la sílaba tónica en las denominaciones comparadas es idéntica o muy difícil de distinguir. Sin embargo, se debe tener en cuenta las particularidades de cada caso, para determinar una posible confusión.

El riesgo de confusión o de asociación

El riesgo de confusión es la posibilidad de que el consumidor adquiera un producto o servicio pensando que está adquiriendo otro (confusión directa), o que adquiera un producto o servicio pensando que éste tiene un origen empresarial distinto al que realmente vincula (confusión indirecta).

Por su parte el riesgo de asociación se presenta cuando a pesar de no existir confusión se vincula económica o jurídicamente a uno y otro oferente de los productos o servicios identificados por las marcas respectivas.

Aprovechamiento injusto del prestigio del signo notorio

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

El aprovechamiento injusto del prestigio de una marca notoria se presenta cuando un competidor hace un uso parasitario de la marca, valiéndose de la imagen positiva que esta transmite, aunque la acción se realice sobre productos o servicios que no tengan ningún grado de conexidad con los que ampara el signo notoriamente conocido.

El uso parasitario está ligado a la función publicitaria de la marca, pero se diferencia del riesgo de dilución en que la finalidad del competidor parasitario es únicamente un aprovechamiento de la reputación, sin necesidad de presentar un debilitamiento de la capacidad distintiva de la marca notoriamente conocida.

Dilución de la fuerza distintiva del signo notorio

Sobre este tema el Tribunal de Justicia Andino ha dicho¹⁰ que el riesgo de dilución se presenta cuando el uso de otros signos idénticos o similares cause el debilitamiento de la altísima capacidad distintiva y la percepción o imagen positiva que el consumidor tiene del signo notoriamente conocido, aunque se use para productos o servicios que no tengan ningún grado de conexidad con los cuales ampara el signo notoriamente conocido.

La posibilidad de dilución de la fuerza distintiva existe en aquellos signos que son intrínsecamente distintivos, siendo un factor a considerar que sean únicos en el registro de la propiedad industrial, es decir que no hay un signo igual registrado en relación con ningún otro tipo de productos o servicios. En tal caso, de concederse un signo parecido al notorio, ese carácter de exclusividad que tenía el signo notorio en el registro podría perderse.

Al respecto señala el autor F.G. JACOBS: *“La esencia de la dilución en este sentido clásico es que la difuminación del carácter distintivo de la marca implica que ésta ya no provoca la asociación inmediata con los productos para los que está registrada y es usada. Así pues, citando de nuevo a Schechter, «por ejemplo, si se autorizan restaurantes Rolls Royce, cafeterías Rolls Royce, pantalones Rolls Royce y caramelos Rolls Royce, en diez años ya no existirá la marca Rolls Royce»¹¹”.*

Es importante mencionar que la jurisprudencia norteamericana ha tratado el tema de la dilución de signos con un alto grado de notoriedad, especificando dos variantes de dicha situación, la dilución por empañamiento y la dilución por degradación, explicando estos dos conceptos de forma gráfica, tal y como se transcribe a continuación:

“(…) Suponga que un restaurante de lujo se llama “Tiffany”. Existe muy poco riesgo que el público consumidor considere pensar que está celebrando negocios con una sección de las tiendas de joyas “Tiffany” si estos [es decir el público] se vuelven clientes regulares del restaurante. Pero, cuando los consumidores ven al lado el nombre “Tiffany” ellos puede que piensen tanto en el restaurante como la joyería, y si es el caso la eficacia del nombre en identificar la tienda se verá deteriorada. Los consumidores tendrán que pensar mucho más – incurrir como si fuese un mayor costo de imaginación – en reconocer el nombre como el nombre de la tienda...][...Así que “blurring” [empañamiento] es una forma de dilución.” (TY Inc. V. Ruth Perryman; 2002)”

“(…) Ahora suponga que el restaurante que adopta el nombre “Tiffany” es en realidad un local de striptease. Nuevamente y sin duda con mayor certeza que en el caso previo, los consumidores no pensarán que hay relación de propiedad entre el local de striptease y la

¹⁰Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 108 IP-2006 marca KRISTAL ESSENCE

¹¹CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL. S.R. F.G. JACOBS presentadas el 10 de julio de 2003 (1) Asunto C-408/01 Adidas-Salomón AG and Adidas Benelux BV contra Fitnessworld Trading Ltd.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

tienda de joyas. Pero debido a la inveterada tendencia de la mente humana en proceder por asociación, cada vez que piensen en la palabra “Tiffany” su imagen de la tienda lujosa se verá degradada por la asociación de la palabra con el local de striptease.¹²”

Cabe destacar el pronunciamiento que sobre este punto ha efectuado el Abogado General del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, el señor Niilo Jääskinen:

“Tanto en derecho comunitario como en los Estados Unidos, el concepto de protección frente a la dilución se refiere específicamente a dos fenómenos:

Protección frente a la difuminación y frente al deterioro. La protección frente a la difuminación (o dilución en sentido estricto) se da contra los usos que entrañan el riesgo de que la marca pierda su carácter distintivo y, con él, su valor. La protección frente al deterioro significa protección contra usos que ponen en peligro la protección de la marca¹³”.

Aprovechamiento del valor comercial o publicitario del signo notorio

Se presenta un aprovechamiento del valor comercial o publicitario de la marca notoria, cuando un tercero a fin de ahorrar los gastos de posicionamiento de su propia marca, utiliza un signo semejante o idéntico, en relación con productos y/o servicios distintos a los que vienen siendo protegidos por la marca notoria, buscando que se transfiera a sus productos y/o servicios la imagen y el mensaje positivo de la misma.

Al respecto la Tercera Sala de Recurso de la EUIPO ha sostenido:

“La capacidad de una marca renombrada de trasladar la imagen determinada de un producto o servicio a otro producto o servicio confiere a terceras personas un interés por aprovecharse del valor comercial de tal renombre, en la medida en que esta utilización de la marca renombrada para productos o servicios diferentes para facilitar la promoción comercial de éstos”.

Acervo probatorio

Al expediente fueron allegadas las siguientes pruebas por parte del opositor:

1. Documentales

- Certificado de existencia y representación legal de COLMENA SEGUROS GENERALES S.A.
- Certificado de existencia y representación legal de COLMENA SEGUROS RIESGOS LABORALES S.A., RIESGOS LABORALES COLMENA S.A. COMPAÑIA DE SEGUROS DE VIDA.
- Colmena Seguros Generales S.A. Estados Financieros para los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023 e informe del Revisor Fiscal
- Colmena Seguros de Vida S.A. Estados Financieros para los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023 e informe del Revisor Fiscal
- Colmena Seguros Riesgos Laborales S.A. Estados Financieros para los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023 e informe del Revisor Fiscal
- Colmena Seguros Generales S.A. Estados Financieros por los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022 e informe del Revisor Fiscal
- Colmena Seguros de Vida S.A. Estados Financieros por los años terminados el 31 de

¹²TY Inc. v. Ruth Perryman; 2002

¹³Asunto C-323/09 Interflora Inc Interflora British Unit contra Marks & Spencer plc Flowers Directs Online Limited.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

diciembre de 2023 y 2022 e Informe del Revisor Fiscal

- Colmena Seguros Riesgos Laborales S.A. Estados Financieros para los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022 e informe del revisor fiscal.
- INFORME SOBRE EL IMPACTO SOCIAL 2024 – seguros generales
- “INFORME ESPECIAL DE LOS ADMINISTRADORES DE COLMENA SEGUROS GENERALES S.A. COMO ENTIDAD QUE HACE PARTE DEL GRUPO EMPRESARIAL LIDERADO POR LA FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL
- INFORME SOBRE EL IMPACTO SOCIAL 2024 – seguros de vida
- Informe especial de los administradores de Colmena Seguros de Vida S.A.
- INFORME SOBRE EL IMPACTO SOCIAL 2024 – riesgos laborales
- Informe especial de los administradores de Colmena Seguros Riesgos Laborales S.A.
- INFORME SOBRE EL IMPACTO SOCIAL 2023 – seguros generales
- Informe numeral 3° artículo 446 del Código de Comercio: Informe especial de los administradores de Colmena Seguros Generales S.A.
- INFORME SOBRE EL IMPACTO SOCIAL 2023 – seguros de vida
- Informe numeral 3° artículo 446 del Código de Comercio:
- Informe especial de los administradores de Colmena Seguros de Vida S.A., “INFORME ESPECIAL DE LOS ADMINISTRADORES DE COLMENA SEGUROS
- INFORME SOBRE EL IMPACTO SOCIAL 2023 – riesgos laborales
- Informe especial de los administradores de Colmena Seguros Riesgos Laborales S.A., “INFORME ESPECIAL DE LOS ADMINISTRADORES DE COLMENA SEGUROS
- Certificado de 43P PUBLICIDAD SAS
- Certificado de MOYA PRODUCCIONES SAS
- Certificado de THE JUJU S.A.S.
- Certificado de WOODS & TREES S.A.S.
- Campaña VALIENTES televisión nacional y YouTube
- Publicidad en transporte público, torres empresariales, asistente admin, enfermera, asistente admin, enfermera, pantallas LED

El solicitante no allegó medios de prueba al presente trámite.

Extemporaneidad

Las siguientes pruebas aportadas por el opositor el día 9 de octubre de 2025 a través de CD no serán tenidas en cuenta dentro del presente examen:

1. Documentales

- 1.1 Audio publicitario de trabajadores de Colmena Seguros con voz femenina.
- 1.2 Audio publicitario de Colmena Seguros con voz masculina.
- 1.3 Audio publicitario de consolidación de empresa Colmena Seguros con voz femenina.
- 1.4 Audio publicitario de emprendimiento Colmena Seguros con voz masculina.
- 1.5 Moya producciones orden de compra 4800073957 del 2 de mayo de 2025.
- 1.6 Moya producciones orden de compra 4800072921 del 9 de abril de 2025.
- 1.7 Certificación de la revisora fiscal de Colmena Seguros Riesgos Laborales S.A., Andrea Carolina Calderón Cuéllar del 30 de septiembre de 2025, “De acuerdo con los registros contables generados del aplicativo “SAP”, transacción “FAGLB03 – Visualización de saldos”, para el año 2024.”
- 1.8 Moya producciones orden de compra 4800069767 del 5 de mayo de 2025.
- 1.9 Estudio de mercado ¿cómo evolucionó COLMENA saeguros y con qué retos se encuentra en 2024? De IPSOS.
- 1.10 Factura electrónica de venta No. TJ3765 del 15 de septiembre de 2025.
- 1.11 Factura electrónica de venta No. TJ3686 del 15 de agosto de 2025.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

- 1.12 Factura electrónica de venta No. FVE2611 del 5 de mayo de 2025.
- 1.13 Factura electrónica de venta No. TJ3741 del 15 de septiembre de 2025.
- 1.14 Moya producciones orden de compra 4800072272 del 17 de junio de 2025.
- 1.15 Moya producciones orden de compra 4800072270 del 2 de mayo de 2025.
- 1.16 Moya producciones orden de compra 4800072272 del 17 de junio de 2025.
- 1.17 Moya producciones orden de compra 4800073142 del 16 de mayo de 2025.
- 1.18 Moya producciones orden de compra 4800073141 del 17 de junio de 2025.
- 1.19 Moya producciones orden de compra 4800074526 del 8 de mayo de 2025.
- 1.20 Factura electrónica de venta No. FVE2505 del 14 de febrero de 2025.
- 1.21 Moya producciones orden de compra 4800072270 del 17 de junio de 2025.
- 1.22 Factura electrónica de venta No. TJ3621 del 5 de agosto de 2025.
- 1.23 Factura electrónica de venta No. FVE2738 del 1° de julio de 2025.
- 1.24 Factura electrónica de venta No. FVE2806 del 4 de agosto de 2025.
- 1.25 Moya producciones orden de compra 4800072271 del 11 de marzo de 2025.
- 1.26 Certificación de la revisora fiscal de Colmena Seguros Riesgos Laborales S.A., Andrea Carolina Calderón Cuéllar del 30 de septiembre de 2025 *“De acuerdo con los registros contables generados del aplicativo “SAP”, transacción “FAGLB03 – Visualización de saldos”, para los años 2023 y 2024.”*
- 1.27 Estudio salud de marca: ¿cómo puede colmena fortalecer su salud de marca en 2025, febrero de 2025 de IPSOS.
- 1.28 Woods & Trees by Untold.
- 1.29 Factura electrónica de venta No. FVE2569 del 18 de marzo de 2025.
- 1.30 Factura electrónica de venta No. FVE2674 del 3 de junio de 2025.
- 1.31 Factura electrónica de venta No. TJ3623 del 5 de agosto de 2025.
- 1.32 Factura electrónica de venta No. TJ3687 del 15 de agosto de 2025.
- 1.33 Factura electrónica de venta No. TJ3744 del 15 de agosto de 2025.
- 1.34 Cuenta de cobro mandato No. 991 del 3 de septiembre de 2025.
- 1.35 Factura electrónica de venta No. FVE2793 del 24 de julio de 2025.
- 1.36 Factura electrónica de venta No. FVE2884 del 4 de septiembre de 2025.
- 1.37 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3249 del 11 de marzo de 2025.
- 1.38 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3251 del 11 de marzo de 2025.
- 1.39 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3374 del 11 de marzo de 2025.
- 1.40 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3377 del 2 de mayo de 2025.
- 1.41 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3421 del 5 de mayo de 2025.
- 1.42 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3423 del 8 de mayo de 2025.
- 1.43 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3449 del 16 de mayo de 2025.
- 1.44 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3536 del 17 de junio de 2025.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

- 1.45 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3538 del 17 de junio de 2025.
- 1.46 Factura electrónica de venta No. FE357 del 7 de agosto de 2025.
- 1.47 Factura electrónica de venta No. FE371 del 7 de agosto de 2025.
- 1.48 Factura electrónica de venta No. TJ3176 del 18 de febrero de 2025.
- 1.49 Factura electrónica de venta No. FE375 del 21 de agosto de 2025.
- 1.50 Factura electrónica de venta No. FE330 del 20 de mayo de 2025.
- 1.51 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3744 del 1° de septiembre de 2025.
- 1.52 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3606 del 7 de julio de 2025.
- 1.53 Factura electrónica de venta No. FE307 del 11 de marzo de 2025.
- 1.54 Factura electrónica de venta No. FE320 del 17 de abril de 2025.
- 1.55 Factura electrónica de venta No. FE318 del 17 de abril de 2025.
- 1.56 Factura electrónica de venta No. TJ3480 del 20 de junio de 2025.
- 1.57 Factura electrónica de venta No. TJ3413 del 3 de junio de 2025.
- 1.58 Factura electrónica de venta No. TJ3488 del 24 de junio de 2025.
- 1.59 Factura electrónica de venta No. TJ3562 del 21 de julio de 2025.
- 1.60 Factura electrónica de venta No. TJ3554 del 14 de julio de 2025.
- 1.61 Factura electrónica de venta No. TJ3550 del 7 de mayo de 2025.
- 1.62 Factura electrónica de venta No. TJ3213 del 11 de marzo de 2025.
- 1.63 Factura electrónica de venta No. TJ3200 del 4 de marzo de 2025.
- 1.64 Factura electrónica de venta No. TJ3240 del 13 de marzo de 2025.
- 1.65 Factura electrónica de venta No. TJ3260 del 25 de marzo de 2025.
- 1.66 Factura electrónica de venta No. TJ3212 del 11 de marzo de 2025.
- 1.67 Factura electrónica de venta No. FE329 del 20 de mayo de 2025.
- 1.68 Factura electrónica de venta No. FE329 del 20 de mayo de 2025.
- 1.69 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3746 del 1° de septiembre de 2025.
- 1.70 Factura electrónica de venta No. TJCA3225 del 12 de marzo de 2025.
- 1.71 Factura electrónica de venta No. FE308 del 11 de marzo de 2025.
- 1.72 Factura electrónica de venta No. FE370 del 7 de agosto de 2025.
- 1.73 Factura electrónica de venta No. FE319 del 17 de abril de 2025.
- 1.74 Factura electrónica de venta No. TJ3239 del 13 de marzo de 2025.
- 1.75 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3607 del 7 de julio de 2025.
- 1.76 Factura electrónica de venta No. TJ3319 del 21 de abril de 2025.
- 1.77 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3605 del 7 de julio de 2025.
- 1.78 Factura electrónica de venta No. TJ3486 del 24 de junio de 2025.
- 1.79 Factura electrónica de venta No. TJ3208 del 6 de marzo de 2025.
- 1.80 Factura electrónica de venta No. TJ3185 del 21 de febrero de 2025.
- 1.81 Factura electrónica de venta No. TJ3477 del 19 de junio de 2025.
- 1.82 Factura electrónica de venta No. FE331 del 20 de mayo de 2025.
- 1.83 Factura electrónica de venta No. FE376 del 21 de agosto de 2025.
- 1.84 Factura electrónica de venta No. FE374 del 21 de agosto de 2025.
- 1.85 Factura electrónica de venta No. TJ3207 del 6 de marzo de 2025.
- 1.86 Factura electrónica de venta No. TJ3492 del 25 de junio de 2025.
- 1.87 Factura electrónica de venta No. FE358 del 8 de julio de 2025.
- 1.88 Factura electrónica de venta No. TJ3380 del 19 de mayo de 2025.
- 1.89 Factura electrónica de venta No. TJ3559 del 21 de julio de 2025.
- 1.90 Factura electrónica de venta No. TJ3261 del 25 de marzo de 2025.
- 1.91 Factura electrónica de venta No. TJ3671 del 12 de agosto de 2025.
- 1.92 Factura electrónica de venta No. TJ3622 del 5 de agosto de 2025.
- 1.93 Factura electrónica de venta No. TJ3606 del 1° de agosto de 2025.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

- 1.94 Factura electrónica de venta No. TJ3414 del 3 de junio de 2025.
- 1.95 Factura electrónica de venta No. TJ3323 del 22 de abril de 2025.
- 1.96 Factura electrónica de venta No. TJ3493 del 25 de junio de 2025.
- 1.97 Factura electrónica de venta No. TJ3487 del 24 de junio de 2025.
- 1.98 Factura electrónica de venta No. FE157 del 29 de diciembre de 2023
- 1.99 Factura electrónica de venta No. 111008 del 1° de agosto de 2025.
- 1.100 Cuenta de cobro mandato no. 612 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.101 Cuenta de cobro mandato no. 612 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.102 Cuenta de cobro mandato no. 612 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.103 Certificación del revisor fiscal de WOODS Y TREES S.A.S., Esneider González Mora.
- 1.104 Orden de compra 4800070783 del 27 de noviembre de 2024 de tres (3) folios.
- 1.105 Vale de entrada de mercancías no. 5001471551 del 29 de noviembre de 2024.
- 1.106 Factura electrónica de venta No. FEDA146 del 8 de agosto de 2024
- 1.107 Factura electrónica de venta No. FEOD1879 del 17 de octubre de 2024.
- 1.108 Factura electrónica de venta No. B – 7860 del 9 de octubre de 2024.
- 1.109 Factura electrónica de venta No. FEM28227 del 19 de noviembre de 2024.
- 1.110 Factura electrónica de venta No. CC406549 del 6 de noviembre de 2024.
- 1.111 Factura electrónica de venta No. FEM28209 del 19 de noviembre de 2024.
- 1.112 Factura electrónica de venta No. MIOC 904 del 29 de octubre de 2024.
- 1.113 Factura electrónica de venta No. 01436239 del 1° de noviembre de 2024.
- 1.114 Factura electrónica de venta No. XYZ 714 del 29 de octubre de 2024.
- 1.115 Factura electrónica de venta No. XYZ 714 del 29 de octubre de 2024.
- 1.116 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO2310 del 15 de marzo de 2024.
- 1.117 Factura electrónica de venta No. TJ2638 del 24 de julio de 2024.
- 1.118 Factura electrónica de venta No. TJ3745 del 3 de septiembre de 2024.
- 1.119 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO3063 del 16 de diciembre de 2024.
- 1.120 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO2890 del 15 de noviembre de 2024.
- 1.121 Factura electrónica de venta No. TJ3558 del 21 de julio de 2024.
- 1.122 Factura electrónica de venta No. TJ3381 del 19 de mayo de 2025.
- 1.123 Factura electrónica de venta No. TJ3489 del 24 de junio de 2025.
- 1.124 Factura electrónica de venta No. TJ3563 del 21 de julio de 2025.
- 1.125 Factura electrónica de venta No. TJ3684 del 15 de agosto de 2025.
- 1.126 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO2903 del 19 de noviembre de 2024.
- 1.127 Factura electrónica de venta No. TJ3446 del 9 de junio de 2024.
- 1.128 Factura electrónica de venta No. TJ3351 del 6 de julio de 2025.
- 1.129 Factura electrónica de venta No. TJ3606 del 1° de agosto de 2025.
- 1.130 Factura electrónica de venta No. TJ3184 del 21 de febrero de 2025.
- 1.131 Moya producciones factura electrónica de venta No. MO2749 del 25 de septiembre de 2024.
- 1.132 Factura electrónica de venta No. 104889 del 4 de abril de 2024.
- 1.133 Factura electrónica de venta No. 104889 del 4 de abril de 2024.
- 1.134 Factura electrónica de venta No. FE286 del 8 de enero de 2025.

Resolución N° 37072

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

- 1.135 Factura electrónica de venta No. 111232 del 22 de enero de 2025.
- 1.136 Cuenta de cobro mandato no. 611 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.137 Cuenta de cobro mandato no. 611 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.138 Cuenta de cobro mandato no. 611 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.139 Cuenta de cobro mandato no. 611 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.140 Cuenta de cobro mandato no. 611 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.141 Cuenta de cobro mandato no. 611 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.142 Cuenta de cobro mandato no. 611 del 2 de diciembre de 2024.
- 1.143 Certificación del revisor fiscal de WOODS Y TREES S.A.S., Esneider González Mora con total \$ 614.022.359.
- 1.144 Orden de compra 4800070781 del 27 de noviembre de 2024.
- 1.145 Vale de entrada de mercancías no. 5001471552 del 29 de noviembre de 2024.
- 1.146 Factura electrónica de venta No. 05001482851 del 13 de noviembre de 2024.
- 1.147 Factura electrónica de venta No. 05001482852 del 13 de noviembre de 2024.
- 1.148 Factura electrónica de venta No. FECC1958 del 13 de noviembre de 2024.
- 1.149 Factura electrónica de venta No. FE 2722 del 7 de noviembre de 2024.
- 1.150 Factura electrónica de venta No. S3128067047 del 13 de noviembre de 2024.
- 1.151 Factura electrónica de venta No. FV27700 del 8 de noviembre de 2024.
- 1.152 Factura electrónica de venta No. FV27700 del 8 de noviembre de 2024.
- 1.153 Factura electrónica de venta No. Mc No. 4762 del 8 de noviembre de 2024.
- 1.154 Factura electrónica de venta No. NBCU4334 del 12 de noviembre de 2024.
- 1.155 Factura electrónica de venta No. NBCU4335 del 12 de noviembre de 2024.
- 1.156 Factura electrónica de venta No. 155258 del 25 de octubre de 2024.
- 1.157 Factura electrónica de venta No. 01- 1911455 del 31 de octubre de 2024.
- 1.158 Factura electrónica de venta No. SEED2501 del 7 de noviembre de 2024.
- 1.159 INVOICE 243070619 BILING PERIOD Oct-24
- 1.160 Factura no. 5108419393 del 30 de nov de 2024.
- 1.161 INVOICE MUUS20243906846, November 01, 2024.
- 1.162 Cuenta de cobro mandato No. 728 del 24 de diciembre de 2024.
- 1.163 Cuenta de cobro mandato No. 728 del 24 de diciembre de 2024.
- 1.164 Cuenta de cobro mandato No. 728 del 24 de diciembre de 2024.
- 1.165 Cuenta de cobro mandato No. 728 del 24 de diciembre de 2024.
- 1.166 Certificación del revisor fiscal de WOODS Y TREES S.A.S., Esneider González Mora de \$665.291.697.
- 1.167 Vale de entrada de mercancías Nr. 5001494647 del 23 de diciembre de 2024.
- 1.168 Factura electrónica de venta No. CC408060 del 3 de febrero de 2025.
- 1.169 Factura electrónica de venta No. CC408224 del 9 de febrero de 2025.
- 1.170 Factura electrónica de venta No. SPT8987 del 13 de diciembre de 2024.
- 1.171 Factura electrónica de venta No. FECC2158 del 12 de diciembre de 2024.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

- 1.172 Factura electrónica de venta No. FV28495 del 13 de diciembre de 2024.
- 1.173 Factura electrónica de venta No. FV39486 del 16 de diciembre de 2024.
- 1.174 Factura electrónica de venta No. ECD1 31920 del 13 de diciembre de 2024.
- 1.175 Factura electrónica de venta No. ECD1 31921 del 13 de diciembre de 2024.
- 1.176 Factura electrónica de venta No. NBCU4568 del 12 de diciembre de 2024.
- 1.177 Factura electrónica de venta No. NBCU4569 del 12 de diciembre de 2024.
- 1.178 Factura electrónica de venta No. NBCU4570 del 12 de diciembre de 2024.
- 1.179 Factura electrónica de venta No. 01436849 del 30 de diciembre de 2024.
- 1.180 Factura electrónica de venta No. 01437479 del 23 de enero de 2025.

Lo anterior por cuanto fueron presentadas de manera extemporánea. En efecto, el término legal para allegar material probatorio venció el 1º de octubre de 2025, de conformidad con el plazo otorgado en el marco del trámite de oposición. Al haber sido radicadas con posterioridad a dicha fecha, tales pruebas carecen de eficacia procesal y no pueden ser valoradas por esta Dirección.

Confidencialidad

En relación con la solicitud de confidencialidad elevada por el opositor respecto de los documentos aportados como soporte probatorio, esta Dirección precisa que los trámites administrativos de registro marcario se rigen por el principio de publicidad, de conformidad con el cual la información que obra en los expedientes gestionados ante esta Superintendencia es, por regla general, de carácter público.

En ese sentido, no resulta procedente acceder a la solicitud de reserva formulada, por cuanto la normativa aplicable no contempla un tratamiento confidencial para la documentación presentada dentro de este tipo de actuaciones, cuya naturaleza es esencialmente pública y cuyo acceso integra las garantías de transparencia y participación de terceros.

No obstante, esta Dirección tendrá en cuenta la manifestación del opositor en cuanto a evitar la reproducción de pantallazos, extractos o imágenes que contengan datos comerciales específicos dentro del texto del acto administrativo que resuelva el presente trámite.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Para efectos del presente examen únicamente se tendrán en cuenta los signos del opositor registrados en la clase 44, toda vez que fue respecto de dicha clase que el opositor estructuró y sustentó la alegación de conexidad competitiva. En efecto, al no haberse formulado argumentos de conexión frente a otras clases ni acreditado relación sustancial con servicios distintos a los identificados en la clase 44, esta Dirección circunscribe el análisis a los signos

Resolución N° 37072

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

que amparan servicios de la misma naturaleza y finalidad, excluyendo del examen aquellos registros del opositor ubicados en clases diferentes.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	COLMENA SEGUROS ADELANTE VALIENTES	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2023/0054548	12	9, 16, 35, 36, 37, 41, 42, 44	Marca	Registrada	29 jul. 2034
Mixta	COLMENA SEGUROS	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2024/0069562	12	35, 36, 41, 44	Marca	Registrada	29 may. 2035
Mixta	COLMENA SEGUROS ADELANTE VALIENTES	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2024/0119957	12	9, 16, 35, 36, 37, 41, 42, 44	Marca	Registrada	10 jun. 2035
Mixta	COLMENA SEGUROS ADELANTE VALIENTES	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2024/0119959	12	9, 16, 35, 36, 37, 41, 42, 44	Marca	Registrada	16 jul. 2035
Mixta	TU SONRISA PROTEGIDA COLMENA SEGUROS	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2025/0052892	12	9, 35, 36, 41, 44	Marca	Bajo Examen de Fondo	Fecha de radicación: 03 jun. 2025
Mixta	PÓLIZA ODONTOLÓGICA COLMENA	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2025/0073459	12	9, 35, 36, 41, 44	Marca	Bajo Examen de Fondo	Fecha de radicación: 23 jul. 2025
Nominativa	COLMENA	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2024/0069537	12	35, 36, 41, 44	Marca	Registrada	22 sept. 2035
Nominativa	COLMENA SEGUROS	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2024/0069539	12	35, 36, 41, 44	Marca	Registrada	12 nov. 2035
Nominativa	COLMENA RIESGOS LABORALES	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	SD2024/0069546	12	35, 36, 41, 44	Marca	Registrada	06 oct. 2035

Los signos comparados son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 CENTRO RADIOLOGICO COLMES SAS (Mixto)	 (Mixta)  (Mixta)  (Mixta)  (Mixta)



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

	TU SONRISA Protegida Colmena Seguros (Mixta) Póliza Odontológica COLMENA (Mixta) COLMENA (Nominativo) COLMENA SEGUROS (Nominativo) COLMENA RIESGOS LABORALES (Nominativo)
--	---

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a saber:

“(i) 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.

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

• Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) 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 mercado¹⁴.

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) 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 registro¹⁵”.

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina¹⁶:

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

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

¹⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

¹⁵ Ibidem

¹⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina., Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

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 (...)”¹⁷.

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas¹⁸ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

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

a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

¹⁷ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

¹⁸ “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° SD2025/0033086

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 signos¹⁹**.

Familia de marcas

En relación con las familias de marcas, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

“Una familia de marcas es un conjunto de signos distintivos que pertenecen a un mismo titular y que poseen un rasgo distintivo común, mediante el cual el público consumidor asocia entre sí y las relaciona con un mismo origen empresarial.

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 confusión²⁰”.

En concordancia con lo anterior, esta Dirección encuentra que, en el presente caso concurre familia de marcas a favor de la sociedad **FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL**. En efecto, tal como lo ha reiterado el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, para que se reconozca la existencia de una familia de marcas es necesario que exista una pluralidad de registros que compartan un rasgo distintivo común, que pertenezcan a un mismo titular y amparen los mismos o similares productos y/o servicios.

En el caso bajo análisis, los registros contienen la misma expresión distintiva **“COLMENA”**, gestionados por un mismo titular, para productos similares (sector financiero y asegurador). En consecuencia, la sociedad opositora cuenta con una familia de marcas, caracterizada por la presencia reiterada del mismo elemento distintivo común en múltiples registros bajo su titularidad.

Por lo tanto, la coexistencia de estos signos con el mismo elemento distintivo, orientados a distinguir productos vinculados a un mismo origen empresarial, permite concluir que existe una familia de marcas, cuyos efectos deben ser considerados al momento de analizar el riesgo de confusión o asociación frente al signo solicitado.

Análisis comparativo frente a la marca opositora

El signo solicitado **CENTRO RADIOLÓGICO COLMES SAS** (mixto) está conformado por:

i) Un elemento gráfico compuesto por una figura estilizada que representa la silueta de dos personas y un equipo radiológico, empleando colores azul, amarillo y verde, y; ii) Un elemento nominativo compuesto por las expresiones “CENTRO RADIOLÓGICO”, “COLMES” y “SAS”, dispuestas en dos niveles, siendo “COLMES” la expresión de mayor tamaño y predominio visual.

¹⁹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina., Proceso N° 127-IP-2016

²⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

Descripción de los signos opositores:

COLMENA SEGUROS – Adelante Valientes (mixto): incluye un isotipo hexagonal en tonos amarillo y azul, junto con la palabra COLMENA resaltada y la indicación “Seguros” en letras menores.

COLMENA Seguros (mixto): presenta el mismo hexágono característico acompañado del elemento nominativo “Colmena Seguros”.

COLMENA Seguros – Adelante valientes (mixto): contiene un símbolo hexagonal en blanco y negro y la expresión “Colmena Seguros” acompañada del lema “Adelante valientes”.

TU SONRISA PROTEGIDA Colmena Seguros (mixto): combina una composición tipográfica destacada con la expresión “Colmena Seguros” en segundo plano.

PÓLIZA Odontológica COLMENA (mixto): integra un fondo verde con la expresión “Odontológica Colmena”, donde el término COLMENA ocupa un lugar sobresaliente.

En todos los signos mixtos analizados —incluido el solicitado y los opositores— el elemento preponderante es el nominativo, en tanto las palabras son las que generan el mayor impacto en el consumidor y las que este utilizaría para solicitar o identificar los servicios en el mercado. Los elementos gráficos acompañan, pero no reemplazan ni neutralizan el efecto distintivo principal del componente denominativo.

En primer lugar, no se configura similitud ortográfica entre **COLMES** y **COLMENA**, pues: COLMES está compuesto por seis letras, mientras que COLMENA contiene siete; además, solo coinciden en la raíz “COLM-”, la cual es corta y de muy baja fuerza distintiva por su amplitud sonora y apariencia común. Las terminaciones -ES y -ENA son completamente diferentes, alterando la estructura visual global del signo. En resumen, la divergencia en su extensión, secuencia y terminación impide que pueda afirmarse la existencia de semejanza ortográfica relevante.

De otra parte, tampoco se presenta similitud fonética, toda vez que: i) COL-MES se pronuncia en dos sílabas, con un sonido final seco en /s/; ii) COL-ME-NA se pronuncia en tres sílabas, con una apertura vocálica final en /na/, y; iii)

Las diferencias en número de sílabas, ritmo, cadencia y terminación hacen que su impresión auditiva sea claramente distinta y fácilmente perceptible por el consumidor medio.

Por su parte, conceptualmente, los signos son absolutamente disímiles: i) COLMENA es un vocablo del idioma español, con un significado concreto y ampliamente conocido (la estructura donde habitan las abejas); ii) COLMES, por el contrario, es una palabra de fantasía, sin significado en español ni referencia conceptual asociada, y; iii) esta divergencia conceptual elimina cualquier posibilidad de asociación mental o evocación común en el público relevante.

En atención a lo anterior, no existe similitud ortográfica, fonética ni conceptual entre los signos confrontados. El elemento denominativo COLMES del signo solicitado difiere de manera clara, suficiente y contundente del elemento COLMENA presente en los signos opositores.

En consecuencia, no se configura riesgo de confusión ni de asociación, por lo que los

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

signos pueden coexistir pacíficamente en el mercado.

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal h) del artículo 136 de la Decisión

Notoriedad del signo distintivo opositor

La **FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL**, alega la notoriedad del siguiente signo:

Signo	Cobertura
	“Servicios de seguros” , comprendidos en la Clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza.

Pronunciamientos previos sobre la notoriedad de la marca “COLMENA” (mixta):

Con relación a los pronunciamientos sobre la notoriedad del signo opositor “**COLMENA**” (mixto), esta Dirección ha manifestado lo siguiente:

- Mediante Resolución N°17112 del 31 de mayo de 2022, proferida dentro del expediente N°9749542, esta Superintendencia declaró la notoriedad de la Marca “COLMENA” (Nominativa) para identificar servicios de la clase 36° de la Clasificación Internacional de Niza, para el periodo comprendido entre el mes de mayo de 1998 y el mes de mayo de 2002.
- Mediante Resolución N°244416 del 09 de agosto de 2007, proferida dentro del expediente N°05131201, se extendió la notoriedad de la Marca “COLMENA” (Nominativa) para identificar “seguros, negocios financieros y negocios monetarios” servicios de la clase 36° de la Clasificación Internacional de Niza, para el periodo comprendido entre el año 2002 y el año 2005.
- Mediante Resolución N°41613 del 05 de agosto de 2011, proferida dentro del expediente N°0813371, se extendió la notoriedad de la Marca “COLMENA” (Nominativa) para identificar “servicios financieros” servicios de la clase 36° de la Clasificación Internacional de Niza, para el periodo comprendido entre el año 1997 y el año 2008.
- Mediante Resolución N°56329 del 26 de septiembre de 2013, proferida dentro del expediente N°9774944, se extendió la notoriedad de la Marca “COLMENA” (Nominativa) para identificar “servicios financieros” servicios de la clase 36° de la Clasificación Internacional de Niza, para el periodo comprendido entre el año 2009 y el 31 de julio de 2012.
- Posteriormente mediante Resolución N°9889 del 6 de marzo de 2017, proferida dentro del expediente N°15275285, esta Superintendencia declaró la notoriedad de la Marca “COLMENA” (Mixta) para identificar “servicios financieros y de seguros”, servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación de Niza, para el periodo comprendido entre el mes de agosto de 2012 y el mes de marzo de 2016.
- Finalmente, mediante Resolución N°40935 del 23 de julio de 2020, proferida dentro del expediente N° SD2018/0086131, esta Superintendencia declaró la notoriedad de la Marca “COLMENA” (Mixta) para identificar “servicios de seguros” servicios

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

comprendidos en la clase 36 de la Clasificación de Niza, para el periodo comprendido entre el mes de marzo de 2016 y el primer semestre de 2019.

- Por último, a través de la Resolución N° 38331 del 7 de julio de 2023, proferida dentro del expediente SD2022/0083442, la Administración extendió la notoriedad de la Marca “COLMENA” (Mixta) para identificar “servicios de seguros” servicios comprendidos en la Clase 36 de la Clasificación de Niza, para el periodo comprendido entre el año 2020, al mes de diciembre de 2022.

Sobre el estatus de notoriedad del signo opositor, esta Oficina recalca que el grado de notoriedad de una marca puede variar con el tiempo, es decir, que una marca notoria en el pasado puede no serlo en la actualidad. De acuerdo con lo anterior, y teniendo en cuenta que la fecha de solicitud del signo objeto de análisis se presentó tres años después del último periodo de declaratoria de notoriedad de la marca “**COLMENA**” (mixta), esta Dirección estima necesario efectuar el análisis del material probatorio allegado para determinar si el signo referido sigue siendo notorio.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta que el apoderado de la opositora **FUNDACIÓN SOCIAL** solicita la extensión de notoriedad de la marca “**COLMENA**” (mixta), para identificar “servicios financieros y de seguros” comprendidos en la clase 36° de la Clasificación Internacional de Niza.

Valoración del acervo probatorio

En relación con los requisitos que deben reunir las pruebas, el Consejo de Estado, mediante auto de 26 de septiembre de 2019, indicó: “[...] i) la pertinencia de una prueba debe revisar que la prueba guarde relación con los hechos que se pretenden demostrar; ii) la conducencia de una prueba debe revisar que el medio probatorio propuesto sea adecuado para demostrar el hecho; para lo cual: a) debe estar autorizado y no prohibido expresa o tácitamente por la ley; y b) el medio probatorio no debe estar prohibido en particular para el hecho que con este se pretende probar; iii) la utilidad de una prueba debe revisar que no sea manifiestamente superflua, es decir, que no tenga razón de ser, porque ya están probados los hechos o porque el hecho está exento de prueba [...]”²¹.

Esta Dirección al revisar cada uno de los documentos que obran en el expediente, pudo constatar que conforme al numeral 1.1.2.2.7 del Capítulo Primero del Título X de la Circular Única, modificado por la Resolución N°3676 del del 7 de febrero de 2025, emitida por esta Superintendencia, cuya vigencia inició el 7 de febrero de 2025, la opositora **FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL**, realizó el pago correspondiente a la invocación de notoriedad dentro de un trámite de oposición, por consiguiente, se procede a realizar el estudio del signo cuya notoriedad se invoca teniendo en cuenta el material probatorio aportado.

Lo anterior, de conformidad con lo peticionado por el apoderado de la sociedad opositora en su escrito de oposición y siguiendo los criterios para declarar la notoriedad de un signo, establecidos en el artículo 228 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina²², a saber:

1. Pruebas tendientes a demostrar el grado de conocimiento de la marca entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro (literal a del artículo 228 de la Decisión 486)

²¹ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, providencia de 3 de marzo de 2016, C.P. Carlos Enrique Moreno Rubio, núm. único de radicación 11001-03-25-000-2015-00018-00.

²² Superintendencia de Industria y Comercio. Dirección de Propiedad Industrial. Resolución N°40786, 28 de Julio de 2011



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

El conocimiento de la marca entre los miembros del sector pertinente es un factor primordial para establecer su connotación de notoria, toda vez que demuestra que el objetivo para el que fue creada se ha cumplido a cabalidad, es decir que ha servido para identificar los productos o servicios de su titular.

En este caso, el sector pertinente para la marca “**COLMENA**” (mixta) está integrado exclusivamente por todas aquellas personas —naturales y jurídicas— que participan en, prestan o consumen servicios de seguros. En consecuencia, el análisis de notoriedad se circunscribe al ámbito propio de los servicios comprendidos en la clase 36 del nomenclátor internacional.

En lo que respecta al examen bajo el literal a), se observa que la marca oponente “**COLMENA**” (mixta) ha sido empleada de manera constante y visible en el mercado, no solo en la prestación de los servicios que ampara, sino también a través de presencia recurrente en medios de comunicación de acceso público, tales como portales noticiosos, publicaciones digitales y plataformas informativas ampliamente consultadas por el consumidor medio.

Estas apariciones en medios masivos evidencian el uso real, efectivo y verificable del signo “**COLMENA**”, lo que contribuye a acreditar su posición en el mercado y su nivel de exposición ante el público, aspectos relevantes para efectos del análisis de confundibilidad. En atención a lo anterior, se incorporan a continuación algunos ejemplos de dichas publicaciones, aportadas por el opositor dentro de su acervo probatorio, que demuestran la divulgación pública del signo:

Año 2025:

Ranking 2025 compañías de seguros de Colombia

Publicado: 24 Febrero 2025

Está disponible en nuestro Ranking Digital de Mercados los ingresos de operaciones ordinarias, crecimientos, participaciones de mercado y rentabilidades de 48 compañías de seguros generales y de vida para el período 2020-2024, así como sus empleos directos e ingresos por empleado para 2024.

En 2024 en el **subsector de seguros generales**, Seguros Generales Suramericana amplió su liderazgo seguida de La Previsora Compañía de Seguros, Axa Colpatría Seguros, y Seguros Comerciales Bolívar. Posteriormente se situaron Mapfre Seguros Generales Colombia, Seguros del Estado, HDI Seguros Colombia, Seguros Mundial, Cardif Colombia Seguros Generales, Allianz Seguros, SBS Seguros Colombia, y Chubb Seguros Colombia.

También en 2024 en el **subsector de seguros de vida**, Seguros de Vida Suramericana amplió su liderazgo seguida de Compañía de Seguros Bolívar Vida, Vidalfa, y Positiva Compañía de Seguros. Posteriormente se situaron Asulado Seguros de Vida, Axa Colpatría Seguros de Vida, Global Seguros de Vida, Metlife Colombia Seguros de Vida, Colmena Riesgos Laborales, Aseguradora Solidaria de Colombia, Allianz Seguros de Vida y Mapfre Colombia Vida Seguros.

Colmena Seguros: la empresa para colombianos valientes



Redacción P&M
enero 7, 2025

El impacto de la tecnología en la industria de los seguros

Los avances digitales permiten mayor precisión, rapidez y personalización en la gestión de riesgos y afiliaciones.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

En Colombia, Colmena Seguros se valió de las capacidades de la IA para consolidarse como pionera en materia de afiliación digital al Sistema de Riesgos Laborales mediante la creación de una plataforma de afiliación 100% virtual, que le brindó a las micro, pequeñas y medianas empresas una alternativa de afiliación ágil y sin trámites complejos.



Contenido Patrocinado 
11.02.2025 17:11
Actualizado: 11.02.2025 17:59

Empresas colombianas fueron galardonadas en los Premios Líderes en Prevención de Colmena Seguros

La categoría “Pyme” exaltó a Alimentos Tante S.A.S. (Cali) por su programa integral orientado a promover una cultura de prevención y el bienestar de sus trabajadores

— Caracol Radio 03/08/2025 - 12:28 h COT

Año 2024:

jueves, 12 de septiembre de 2024

Estas son las coberturas de las aseguradoras para los seguros de los créditos hipotecarios

Entidades que lo ofrecen

Este es un seguro obligatorio, funciona como un respaldo para el banco, para que en caso de fallecimiento o incapacidad total de la persona que tiene el crédito, la compañía de seguros pague la deuda que tiene pendiente. Algunas de las aseguradoras que ofrecen este producto son: Sura, SBS Seguros, Busqo y Colmena Seguros.

Ganadores del primer reto de innovación “Finantienda Segura”: Seguros Colmena y Seguros Bolívar

11 DE OCTUBRE DE 2024

Año 2023:

Noviembre 27 2023

Así mismo, en la segunda jornada académica estuvieron presentes Juan Carlos Santacruz, de la Fundación Colombiana del Corazón; Marcela Restrepo, de Colmena Seguros; Diego Joya, de la Fundación Clínica Sahio; Ricardo Gómez, de Sanofi; Juliana Henao, de Emtelco y Gabriel Mesa, de la Universidad Eafit. El evento, además, resaltó el rol de la mujer en la industria a través del panel: Liderando el Futuro de los servicios de salud, el poder de lo femenino, en el que participaron Laura Velásquez, de Arkangel, Carolina Vélez, de Netcare; Valentina Estupiñán, de Veamy; y Laura Gómez, de Astrolab; un conversatorio moderado por Nathalia Figueroa Mesa, vicepresidenta de Proyección Corporativa y Entorno de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

jueves, 23 de noviembre de 2023

Otras entidades como Seguros Bolívar (\$3,3 billones), Positiva Compañía de Seguros (\$1,8 billones), Axa Colpatría (\$1,2 billones), Colmena Seguros (\$721.972 millones), Allianz (\$647.238 millones), entre otros establecimientos del sector asegurador, registraron un buen comportamiento en el mes.

Una vez revisada la documentación allegada, esta Dirección observa que un número considerable de los artículos y reportes de prensa se refieren a **COLMENA** y a las diferentes líneas servicios aseguradores prestados bajo el signo. En efecto, dentro del acervo probatorio se identifican numerosos contenidos periodísticos, notas informativas y publicaciones especializadas en materia financiera y aseguradora, en las cuales se destaca el posicionamiento de la marca “**COLMENA**” (mixta), su participación en el mercado de seguros de la clase 36, así como su papel dentro del sistema asegurador colombiano.

De igual forma, algunas de las publicaciones aportadas incluyen estudios sectoriales, reportes de métricas de mercado, encuestas de percepción y análisis de participación dentro de la industria aseguradora, los cuales evidencian que las marcas “**COLMENA**” (mixta y nominativa) son reconocidas por el público como identificadoras de servicios de seguros, en especial aquellos relativos a riesgos laborales, seguros de vida y salud, y planes de protección y bienestar. Incluso, varios de los artículos y reportes incluidos muestran la evolución de la marca frente a sus principales competidores del sector, destacando el crecimiento en indicadores de recordación, presencia de marca y posicionamiento en medios especializados durante los años 2023, 2024 y 2025.

Por ende, tales elementos probatorios sirven para acreditar que la marca “**COLMENA**” (mixta y nominativa) mantiene un nivel de conocimiento relevante dentro del sector pertinente asociado a los servicios aseguradores de la clase 36 Internacional. Se advierte una presencia constante en medios de comunicación públicos, en informes de carácter técnico y en análisis de mercado, lo que confirma que el alto grado de conocimiento que dio lugar a su previa declaratoria de notoriedad continúa vigente en la actualidad.

En tal sentido, se observa que el grado de conocimiento dentro del sector asegurador — tanto por parte de consumidores como de agentes especializados, analistas financieros y entidades del mercado— se mantiene y se refuerza con la información allegada. Las pruebas aportan datos reales y recientes del mercado que ratifican que la marca “**COLMENA**” (mixta) se proyecta como un referente consolidado en el ámbito asegurador nacional, evidenciando indicadores de participación significativos y una trayectoria de crecimiento que la posiciona de manera destacada frente a otros competidores del mismo sector.

Aunado a lo anterior, los diversos reconocimientos obtenidos, las menciones en prensa y los seguimientos hechos por medios imparciales dedicados al análisis del sector financiero y asegurador, demuestran no solo el esfuerzo de la marca por destacarse dentro de la industria, sino también su efectiva percepción como un agente relevante por parte de los consumidores, de terceros especializados y del mercado en general.

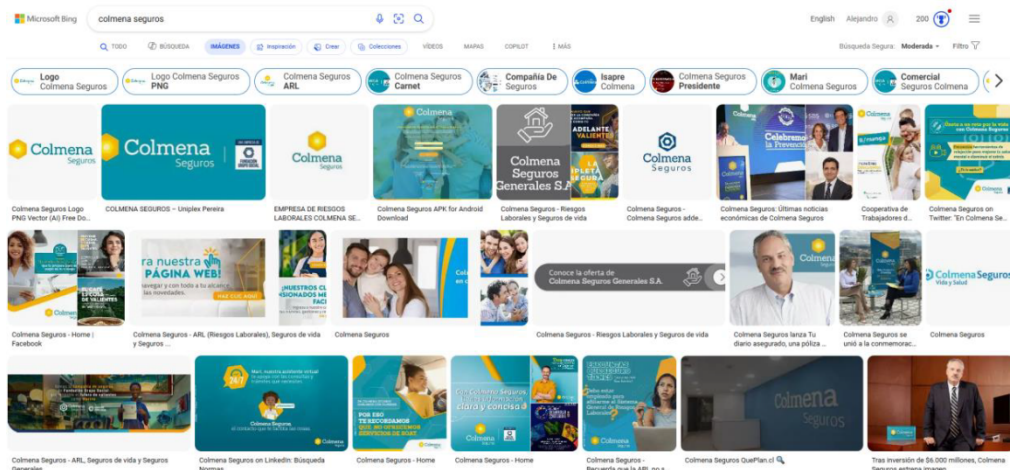
De esta manera, se concluye que las marcas “**COLMENA**” (mixta) continúan gozando de un alto reconocimiento dentro del sector asegurador colombiano. No obstante, pese a acreditarse el conocimiento del signo en el sector pertinente, corresponde evaluar de manera separada los demás factores exigidos por el artículo 228 de la Decisión 486, con el fin de establecer si se cumplen en su totalidad los requisitos para la declaratoria de notoriedad en el periodo comprendido entre los años 2023 y 2025.

2. Pruebas tendientes a demostrar la duración, amplitud y extensión geográfica de utilización de la marca y su promoción (literales b y c del artículo 228 de la Decisión 486)

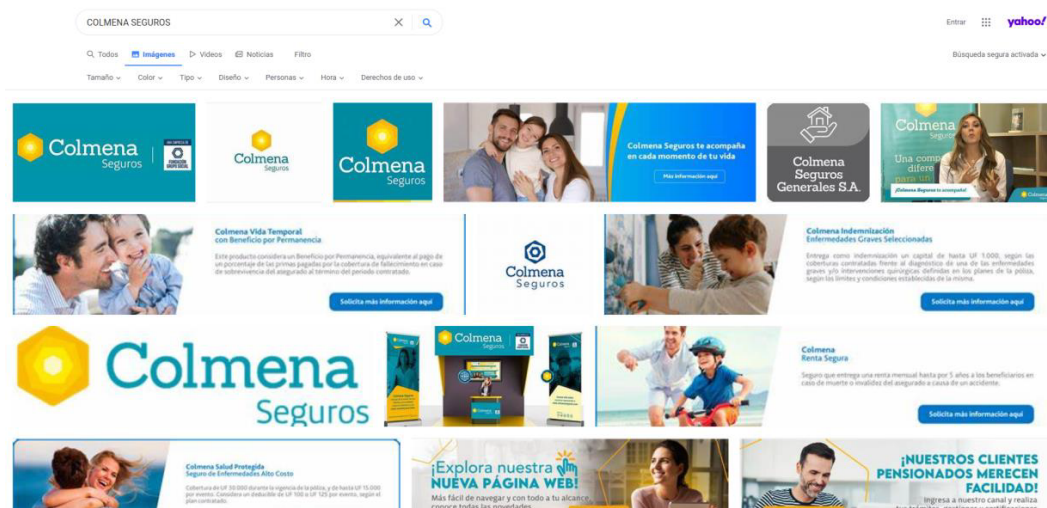
El uso amplio de la marca es un factor primordial para establecer su connotación de notoria, toda vez que demuestra que el objetivo para el que fue creada se ha cumplido a cabalidad, es decir que ha servido para identificar los productos o servicios de su titular.

A su vez, la publicidad permite medir el esfuerzo del empresario para difundir su marca, entendiendo que una promoción prolongada y extensa, junto con la utilización de diferentes medios, tendrá como resultado que un mayor número de personas llegue a conocer la marca.

En particular, las múltiples apariciones del signo “**COLMENA SEGUROS**” en buscadores de internet —tales como las capturas allegadas al expediente— permiten acreditar los factores previstos en los literales b) y c) del artículo 228 de la Decisión 486. Ello obedece a que la reiterada presencia del signo en medios digitales de acceso público evidencia, por un lado, la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización (literal b), y por otro, la amplitud y continuidad de su promoción mediante campañas, contenidos informativos y piezas publicitarias difundidas a través de portales especializados y medios electrónicos (literal c). Dichas circunstancias permiten concluir que la marca mantiene una exposición sostenida y significativa ante los consumidores y dentro del sector pertinente.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086



En relación con el literal b) del artículo 228, las evidencias allegadas muestran que el signo “**COLMENA**” ha sido utilizado de manera continua, pública y sostenida durante el periodo comprendido entre 2023 y 2025, manteniendo una presencia estable en el mercado asegurador colombiano. La extensión geográfica de su uso se confirma a través de la red de dieciséis (16) oficinas físicas distribuidas en ciudades principales y secundarias del país —entre ellas Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Ibagué, Villavicencio, Neiva, Pasto y Yopal—, lo que demuestra una utilización amplia y territorialmente diversificada del signo en el contexto nacional.

Esta presencia física, articulada con la constante visibilidad del signo en los canales digitales de la empresa, refleja un uso real y efectivo del signo en el sector asegurador, proyectándose hacia un público amplio compuesto por afiliados, empresas, trabajadores independientes y usuarios en general de servicios de seguros y seguridad social. En ese sentido, la estabilidad temporal del uso del signo, aunada a su presencia en múltiples regiones del país, es suficiente para acreditar el cumplimiento del criterio de duración, amplitud y extensión geográfica señalado en la norma.

Igualmente, frente al literal c), la información aportada evidencia que la promoción del signo “**COLMENA**” ha sido igualmente amplia, sostenida y difundida a lo largo del territorio nacional. Las numerosas imágenes provenientes de buscadores digitales confirman la presencia constante del signo en comunicaciones públicas, anuncios, material institucional y piezas gráficas que circulan en internet y que son accesibles al consumidor medio. Asimismo, las capturas del portal oficial de Colmena Seguros demuestran campañas promocionales continuas, segmentadas por tipo de usuario (personas, empresas, trabajadores independientes) y enfocadas en la oferta de seguros de vida, patrimoniales, de accidentes, exequiales, desempleo, enfermedades graves, ARL y otras soluciones complementarias, lo que evidencia una estrategia de promoción sostenida y especializada. A su vez, la difusión de contenido informativo y campañas de prevención en temas como asbestos, sílice cristalina, estándares mínimos del SG-SST, protección laboral, afiliación digital y trámites en línea, reflejan un esfuerzo constante de comunicación hacia el público relevante.

En conjunto, estos elementos acreditan que la promoción del signo ha sido permanente, diversa en contenido, difundida a través de medios digitales de alto alcance y acompañada por la visibilidad de sus oficinas físicas en distintas ciudades del país, lo que demuestra el cumplimiento adecuado del criterio previsto en el literal c) del artículo 228.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

ARL

Soluciones para personas

Soluciones para empresas

Ingresar aquí

Micro y Pequeña empresa

Afiliate 100% digital

¿Qué tenemos para ofrecerte?

Colmena Gestión autogestionable

Mediana y Gran empresa

Afiliate con nosotros

¿Qué tenemos para ofrecerte?

Trabajador Independiente

Afiliate con nosotros

¿Qué tenemos para ofrecerte?

Consulta el estado solicitud de trámite

Al día con tus capacitaciones

Consultas

Nuevo Portal para nuestros Clientes Pensionados.

Productos de prevención

Plan maestro de emergencias

Al día con el Covid-19

Asistencia en salud

Atención Accidentes de Trabajo

Atención enfermedades Laborales

Prestaciones Económicas

Red de servicio

Asistencia en viajes

Accesos rápidos

Certificados de afiliación

Radicación incapacidades temporales

Radicación digital de accidentes de trabajo

Solicitud gestión médico laboral

Radicación de investigaciones de AT/EL

Sistema de afiliación transaccional - SAT

Reporte de Trabajo en Alturas

Reporte Trabajo Remoto

Estándares mínimos

Reporte de uso de crisolito

Certificado de asistencia en el exterior

Colmena gestión

Gestión del Conocimiento

Plan aliados

Búsqueda de IPS

Encuesta Covid

Políticas de Protección de datos

PQRS

Más información

ASBESTO: DETECTA, REPORTA Y PROTEGE

Asbesto: Detecta, reporta y protege

Puedes enviar el formulario diligenciado al siguiente correo: buzoncristolito@fundaciongruposocial.co

Más información

¡Reporte vital de Sílice cristalina respirable!

Si en tus procesos tienes trabajadores que realizan actividades con exposición a sílice cristalina respirable, repórtalos en el último trimestre del 2024.

Más información

Si eres independiente con contrato formal

Y deseas afiliarte, con Colmena Seguros puedes hacerlo de manera fácil y rápida

Afiliate aquí

Sistema de Afiliación Transaccional

Aquí te recordamos las características principales de esta herramienta.

Conoce más

Entérate sobre la resolución 0491 de 2020

En que establecen los requisitos mínimos de seguridad para el desarrollo de espacios confinados

Conoce más

Evalúa tus estándares mínimos del SG-SST

En Colmena Seguros te acompañamos durante la etapa de entrega e implementación de tu autoevaluación y plan de mejora de los Estándares Mínimos

Más información

Página 30 de 48

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
Teléfono en Bogotá: 601 592 04 00 – Línea gratuita a nivel nacional: 01 8000 910 165 –
Dirección: calle 24 #7-43 local 108, Bogotá D.C., Colombia – Teléfono: 601 587 00 00 –
www.sic.gov.co – e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

ARL

Soluciones para personas

Soluciones para empresas

Ingresar aquí

Protege en caso de accidentes

Tu diario Asegurado

Colmena accidentes personales

Tu diario seguro

Accidentes personales plus - Banco Caja Social

Tu diario Seguro Plus

Protege de enfermedades

Seguro en caso de cáncer

Seguro en caso de Enfermedades Graves

Seguro en caso de Enfermedades Graves Plus

Accesos rápidos

Solicita tu indemnización

Cancelaciones y devoluciones

Funerarias seguro exequial

Radica tus novedades

Plan Aliados

Legislación aplicable

Glosario general de Seguros

Cómo realizar una reclamación

Enlace Colmena

PQRS

Protege tu vida

Colmena Vida Segura

Protección Oncológica

Seguro de Vida con Devolución de Prima

Seguro de Vida con Devolución de Prima Banco Caja Social

Tu Incapacidad protegida

Vida Individual

Vida Individual temporal

Vida Individual - Deudores Financieros

Vida Protegida

Protege a quienes amas al fallecer

Colmena Exequial

Acompañamiento exequial - Banco Caja Social

Seguro Exequial - Acompañamiento familiar

Seguro Exequial Acompañamiento Familiar Plus

Acompañamiento exequial - corresponsales

Acompañamiento exequial - Individual

Protege en caso de desempleo

Desempleo Individual consumo e hipotecario - tu cuota protegida

Seguro de Desempleo Colectivo Consumo

Tu cuota protegida corresponsales

Tu Ingreso protegido

Protección de ahorro

Tu inversión protegida fondo de inversión colectiva retiro

Protege tu patrimonio

Tarjeta Protegida

Tu vivienda protegida

Seguro de equipo de telefonía móvil

Seguro Agrícola Garantía de Producción

Seguros de Cumplimiento

Alianzas de seguros masivos

Servicios públicos

Cajas de compensación

Entidades financieras

Otros

ARL

Soluciones para personas

Soluciones para empresas

Ingresar aquí

Protege tu vida

Colmena Protección Integral

Brecha Compensación Flexible

Negocio Seguro y Micro Empresario

Vida Grupo y Vida Grupo Deudores

Colectivo Vida empresarial

Colectivo Vida USO

Protege en caso de accidentes

Accidentes Personales Colectivo

Incendio Deudor

Accidentes Personales Escolares

Accesos rápidos

Solicita tu indemnización

Cancelaciones y devoluciones

Cómo realizar una reclamación

Radicación de novedades

Glosario general de Seguros

Legislación aplicable

Plan Aliados

PQRS

Vida grupo

Colmena Protección Integral

Colmena Vida Segura

Protege a quienes amas si falleces

Acompañamiento exequial - Institucional

Colmena Exequial Integral

Protege tu patrimonio

Infidelidad y Riesgos financieros

Multirriesgo Colmena

Seguro de Responsabilidad Profesional por pérdida de datos (Cyber)

Seguro Responsabilidad Civil extracontractual general

Seguros de Cumplimiento



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

Por otra parte, se observan imágenes relativas a diferentes redes sociales del opositor tales como Instagram, Twitter y otras que denotan una gran cantidad de seguidores, dando cuenta de la presencia de la marca por diversos medios, incluidos los digitales, lo cual demuestra que se continúa efectuando un gran esfuerzo en materia publicitaria, con el fin de posicionar las marcas “**COLMENA**” (mixta).



Adicionalmente, dentro del periodo comprendido entre los años 2023 y 2025, se constató la existencia de múltiples publicaciones en la cuenta oficial de Instagram de Colmena Seguros, mediante las cuales el signo ha sido utilizado y difundido de manera reiterada para promocionar servicios, campañas informativas, programas preventivos y contenidos institucionales.

Estas publicaciones, que se mantienen activas y visibles para el público general, no solo evidencian la continuidad temporal en el uso del signo (literal b), sino también una estrategia de promoción constante, actualizada y dirigida a diversos segmentos del sector asegurador, desplegada a través de un canal digital de amplia penetración en el mercado colombiano (literal c). En conjunto, dichas piezas permiten corroborar que el signo “**COLMENA**” ha preservado su presencia sostenida y su exposición permanente ante el público relevante durante todo el periodo analizado.

Resolución N° 37072

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

Año 2023



colmenaseguros

Audio original



colmenaseguros

10.
En esta nochebuena exaltamos a los valie
acompañándolos pa
salir adelante.

#AdelanteValientes



johnjamesgonzalez

n
Feliz navidad

1 Me gusta Responde



edgargalvismora

10
Feliz Navidad 🌟🍷

1 Me gusta Responde

Ver las 1 respues



mymisoto

102 se
Qué linda



89



5



24 de diciembre de 2023

Año 2024:



colmenaseguros

Audio original



colmenaseguros

1
¿Qué es ser un colc
Salimos con nuestra
mientras enmarcar
colombianos echad



elbenjumea

75 ser
Wow @martha_sae
@seguridad.superi

Responder



azaelsaraoficial

10
Cuando estén en B
mi testimonio de c
abrazo

1 Me gusta Responde

Ver las 1 respue



artifialworld

59 se
Qu



1,1 mil



6



4 de enero de 2024

Año 2025:



colmenaseguros

Audio original



colmenaseguros

45 :
👉 Sabemos que vol
es fácil, por eso quere
que pueden ayudarte
con un feliz regreso. 🌟



marielatejada13

45 s
👉👉👉👉

1 Me gusta Responder



psicorps93

45 sem
👉👉👉👉 excelente r
👉

1 Me gusta Responder



vanderghast2918

45
👉👉👉

1 Me gusta Responder



148



4



28 de enero



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

Es importante aclarar al respecto que el uso de redes sociales corresponde a una estrategia comercial comúnmente empleada por la mayor parte de las empresas que participan en el mercado asegurador, sin que por ello mismo implique un reconocimiento superior por parte de los consumidores. Por el contrario, se trata de conductas ordinarias de mercadeo digital que pueden ser adelantadas para identificar servicios que no necesariamente gozan de un posicionamiento relevante dentro del sector pertinente.

No obstante, a partir de la totalidad de las pruebas de uso allegadas, se observa que la sociedad opositora mantiene un esfuerzo publicitario constante y significativo, orientado a conservar la presencia y promoción del signo “COLMENA” en el mercado asegurador colombiano para el periodo comprendido entre 2023 y 2025.

Tal tipo de promoción y uso efectivo demuestra los esfuerzos realizados por la sociedad opositora para sostener la visibilidad comercial de su marca en relación con los servicios de seguros y protección financiera comprendidos en la clase 36, y no respecto de otros servicios ajenos a dicha clase, sobre los cuales no se allegó evidencia que permita inferir un reconocimiento sustancial en el mercado.

3. Pruebas tendientes a demostrar el valor de toda inversión efectuada para promover los productos o servicios identificados con la marca que se pretende notoria (literal d del artículo 228 de la Decisión 486)

En la determinación de notoriedad de una marca, la publicidad permite medir el esfuerzo del empresario para difundirla, entendiendo que una mayor inversión en publicidad, así como una promoción prolongada y extensa, junto con la utilización de diferentes medios, tendrá como resultado que un mayor número de personas llegue a conocer la marca. En este sentido las pruebas tendientes a demostrar estos elementos indican el nivel de exposición que ha tenido el público en general ante la marca y, por lo tanto, el conocimiento que tiene de la misma.

Cuando se habla de expansión de la marca en el territorio, lo que se busca es que el titular de la marca demuestre el reconocimiento de la misma, con la participación en diferentes eventos que tengan que ver con el gremio en el cual esta se desenvuelve, o la realización de inversiones a nivel publicitario en diferentes medios, promocionando no solo los productos o servicios que la marca protege, sino la marca misma, de tal manera que genere confianza en sus consumidores, lo cual será directamente proporcional a su difusión e importancia en el mercado.

Partiendo de lo anterior, la Dirección observa que la sociedad opositora manifestó que los valores correspondientes a las inversiones efectuadas para promover las prestaciones identificadas con el signo cuya notoriedad se alegó se encontraban acreditados mediante las certificaciones emitidas por ANDREA CAROLINA CALDERÓN CUÉLLAR. No obstante, dichas certificaciones fueron excluidas del análisis probatorio, por cuanto fueron aportadas de manera extemporánea.

Por su parte, los estados financieros señalan las cifras de gastos en publicidad. En primer lugar, según la prueba denominada “*Colmena Seguros Generales S.A. Estados Financieros por los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022 e informe del Revisor Fiscal*”, la opositora realizó una inversión en publicidad y propagan de **CIENTO TREINTA Y CINCO MIL PESOS (\$135.000 M/Cte.)** desde el 1° de enero de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2023.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

En segundo lugar, mediante el “Informe numeral 3° artículo 446 del Código de Comercio: Informe especial de los administradores de Colmena Seguros Generales S.A.”, emitido por **ANDRÉS MENDOZA OCHOA**, presidente de **COLMENA SEGUROS GENERALES S.A.**, la inversión en publicidad del 1° de enero de 2024 al 31 de diciembre del mismo año, correspondió a **CINCUENTA Y CUATRO MILLONES TRESCIENTOS TREINTA Y OCHO MIL PESOS (\$54.338.000 M/Cte.)**:

En tercer lugar, mediante el “Informe numeral 3° artículo 446 del Código de Comercio: Informe especial de los administradores de Colmena Seguros de Vida S.A.”, emitido por **ANDRÉS MENDOZA OCHOA**, representante legal de **COLMENA SEGUROS DE VIDA S.A.**, la inversión en publicidad del 1° de enero de 2024 al 31 de diciembre del mismo año correspondió a **CIENTO VEINTICUATRO MILLONES OCHOCIENTOS DIECIOCHO MIL PESOS (\$124.818.000 M/Cte.)**:

Finalmente, mediante el “Informe numeral 3° artículo 446 del Código de Comercio: Informe especial de los administradores de Colmena Riesgos Laborales S.A.”, emitido por **ANDRÉS MENDOZA OCHOA**, representante legal de **COLMENA RIESGOS LABORALES S.A.**, la inversión en publicidad del 1° de enero de 2024 al 31 de diciembre del mismo año correspondió a **OCHOCIENTO SESENTA Y UN MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA Y TRES MIL PESOS (\$861.753.000 M/Cte.)**:

Sobre los datos de los anteriores informes, ofrecidos por el **ANDRÉS MENDOZA OCHOA**, es preciso indicar que tales afirmaciones constituyen declaraciones de parte. Sin embargo, esta Dirección debe resaltar que “las atestaciones de las partes que favorezcan sus intereses, carecen, en el sistema procesal civil colombiano, de importancia probatoria a menos que se encuentren corroboradas con otras pruebas, caso en el cual su eficacia proviene de éstas y no de la aserción de la parte²³”. Así las cosas, toda vez que estas declaraciones provienen de la misma sociedad a la que favorecen, tal documento no tiene importancia probatoria si no encuentra sustento en otras pruebas.

La información contenida en los estados financieros de **COLMENA SEGUROS GENERALES S.A.** correspondientes a los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022, así como en el informe del Revisor Fiscal, no resulta suficiente para respaldar las inversiones efectuadas en la promoción de las prestaciones identificadas con la marca cuya notoriedad fue alegada para la anualidad 2024. En efecto, las fechas de los gastos en publicidad reflejados en dichos estados financieros no coinciden con los períodos señalados en los informes suscritos por **ANDRÉS MENDOZA OCHOA**. En este orden, para esta Dirección no concurren elementos probatorios idóneos que permitan sustentar las declaraciones relativas a los gastos de publicidad correspondientes al período comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2024.

Por su parte, las erogaciones efectuadas por **COLMENA SEGUROS GENERALES S.A.** para promover el signo **COLMENA** (mixto), reflejadas en los estados financieros correspondientes a los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022, no resultan suficientes para acreditar la notoriedad del signo alegado. La suma acreditada por concepto de publicidad, correspondiente a **CIENTO TREINTA Y CINCO MIL PESOS (\$135.000 M/Cte.)**, para el período comprendido entre el 1° de enero de 2022 y el 31 de diciembre de 2023, no evidencia una inversión significativa que permita demostrar el posicionamiento y grado de reconocimiento exigido para el reconocimiento de notoriedad marcaria.

Es preciso destacar que el documento denominado “Colmena Seguros Generales S.A. Estados Financieros por los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022 e informe

²³ Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. Magistrado Ponente: Dr. Jorge Antonio Castillo Rugeles. Bogotá Distrito Capital, treinta y uno (31) de octubre de dos mil dos (2002). Ref.: Expediente No. 6459



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

del Revisor Fiscal” no requiere pruebas adicionales, toda vez que fue suscrito tanto por ANDRÉS MENDOZA OCHOA como por el contador público JORGE EFREN MORENO VELASCO, identificado con tarjeta profesional de contador número 40.699-T, de forma que cumple con los requisitos legales previstos en el artículo 10 de la Ley 43 de 1990.

A su turno, las certificaciones emitidas por las sociedades 43P PUBLICIDAD SAS, MOYA PRODUCCIONES SAS, THE JUJU S.A.S. y WOODS & TREES S.A.S., no demuestran el valor de la inversión efectuada para promover los servicios identificados con la marca **COLMENA** (mixta):



4P PUBLICIDAD SAS
NIT 901.092.024-9

CERTIFICA:

Que la compañía **COLMENA SEGUROS RIESGOS LABORALES S.A** identificada con NIT 800.226.175-3 es un cliente activo de nuestra empresa desde el año 2018 adquiriendo, material promocional, artículos publicitarios y elementos de bioseguridad. Dando fe de su profesionalismo, transparencia, honestidad y cumplimiento con sus obligaciones comerciales.

Se expide este certificado a solicitud del interesado a los diecisiete (17) días del mes de marzo de dos mil veinticinco (2025)


NHORA APARICIO REYES
Representante Legal

MOYA PRODUCCIONES SAS

NIT 900.385.849-2

CERTIFICA QUE

Que reconoce a **COLMENA SEGUROS S.A.** identificada con NIT. 800.226.175-3, como entidad aseguradora a la que presta sus servicios desde el año 2024 de planeación, diseño y ejecución de eventos, gestión que comprende la contratación de locaciones, trámite de permisos con la autoridades competentes, producción de stands así como material promocional, contratación de artistas, desarrollo y supervisión de la actividad con el correspondiente acompañamiento logístico y soporte técnico, y todas las actividades adicionales que se requieran para el desarrollo de los eventos.

Que la **publicidad** correspondiente a promoción de productos, servicios, referidos a la marca “**Colmena**” mixta, que se produjo durante el periodo 15 de marzo de 2024 al 31 de diciembre de 2024.

Se expide a solicitud del interesado, en la ciudad de Bogotá, a los diecisiete (17) días del mes de marzo de 2025.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

THE JUJU S.A.S

NIT. 901.264.146-8

CERTIFICA

Que reconoce a COLMENA SEGUROS S.A. identificada con NIT. 800.226.175-3, como entidad aseguradora a la que presta sus servicios desde el año 2020, desarrollando todas las actividades de comunicaciones y publicidad necesarias para la definición e implementación de estrategias y planes de las marcas actuando como agencia creativa y en general para la creación e implementación de campañas publicitarias, programas de mercadeo directo, y producción de cualquier material publicitario, para cualquier canal o medio definido aprovechando al máximo las capacidades creativas de los medios, a la marca "Colmena" mixta, que se produjo durante el periodo 01 de enero de 2024 al 31 de diciembre de 2024.

WOODS & TREES S.A.S

NIT. 901.456.689-1

CERTIFICA:

Que reconoce a COLMENA SEGUROS S.A. identificada con NIT. 800.226.175-3, como entidad aseguradora a la que presta sus servicios desde el año 2020, para la compra de espacios de pautas publicitaria, datos y contenidos en medios ALT y medios digitales, la publicidad correspondiente a promoción de productos, servicios, referidos a la marca "Colmena" mixta, que se produjo durante el periodo 01 de enero de 2024 al 31 de diciembre de 2024.

En derivación, esta Dirección no encuentra acreditado el literal d) del artículo 228 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

4. Pruebas tendientes a demostrar los volúmenes de ventas o ingresos (literal e) del artículo 228 de la Decisión 486)

Los ingresos asociados a una marca son aquellos recursos o utilidades que su titular percibe gracias a la explotación comercial de la misma. Si las cifras de ingresos son reportadas por el uso de la marca son considerables, es de suponer que en esa misma medida será considerable el uso o explotación comercial de la marca y por tanto, el conocimiento que de ella tienen los consumidores o usuarios.

Para probar los ingresos derivados de la explotación comercial del signo "COLMENA" para identificar servicios aseguradores en la clase 36, la sociedad opositora aportó los Estados Financieros de COLMENA SEGUROS GENERALES S.A. correspondientes a los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2024, debidamente certificados por el Revisor Fiscal, documentos que gozan de fe pública y constituyen prueba idónea conforme a la Ley 43 de 1990.

De la información contable allegada se observa que la sociedad obtuvo ingresos por primas emitidas superiores a SEISCIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS TREINTA Y DOS MILLONES DE PESOS MCTE (\$694.932.000.000) durante el año 2023, mientras que para el año 2024 la cifra ascendió a SETESCIENTOS TREINTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS VEINTIDÓS MILLONES DE PESOS MCTE (\$734.822.000.000),

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

evidenciándose un crecimiento significativo en el volumen de operaciones.

Así mismo, los estados financieros muestran ingresos operacionales adicionales relacionados con la actividad aseguradora —tales como rendimientos técnicos, recuperación de siniestros y operación del portafolio— que incrementan el total de ingresos reportados por **COLMENA SEGUROS GENERALES S.A.** a OCHOCIENTOS QUINCE MIL SETECIENTOS DIECINUEVE MILLONES DE PESOS MCTE (\$815.719.000.000) para el año 2024, lo cual da cuenta de una actividad comercial de gran escala y de una amplia presencia en el mercado asegurador colombiano.

A diferencia del caso analizado en la jurisprudencia que sirvió de referencia, en el presente asunto no se allegaron certificaciones específicas sobre ventas por producto o línea de negocio asociadas directamente al signo; no obstante, los estados financieros sí permiten establecer —con soporte contable y técnico— que los servicios identificados con la marca “**COLMENA**” generan ingresos cuantiosos y estables, que superan ampliamente los montos del promedio del sector, constituyéndose ello en un indicador relevante del posicionamiento de la marca en el mercado, conforme al literal e) del artículo 228 de la Decisión 486.

Las cifras expuestas, además de ser verificables y estar certificadas por el Revisor Fiscal, son particularmente ilustrativas del alcance económico y del nivel de penetración comercial del signo “**COLMENA**” para los servicios de seguros, lo que contribuye a demostrar la magnitud del uso y explotación de la marca en Colombia durante los años 2023 y 2024.

5. Pruebas tendientes a demostrar la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero (literal k del artículo 228 de la Decisión 486)

Sobre la existencia y antigüedad de registros marcarios, la sociedad opositora **COLMENA SEGUROS GENERALES S.A.** demostró ser titular de diversos signos registrados en el territorio nacional que contienen la denominación “**COLMENA**”, los cuales identifican principalmente servicios de seguros, acompañamiento exequial, administración de riesgos laborales y demás servicios financieros comprendidos dentro de la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza.

La información aportada evidencia una estrategia constante de protección de sus activos intangibles, reflejada en la consolidación y mantenimiento de un portafolio marcario robusto asociado a la denominación “**COLMENA**”, lo que demuestra la diligencia de la sociedad opositora por preservar y reforzar el posicionamiento de su marca en el mercado asegurador colombiano.

 93377643	152292	INVERSORA COLMENA		31 ene. 2034	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	387
 93377644	152293	CAPITALIZADORA COLMENA S.A		31 ene. 2034	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	387
 93377646	152294	FIDUCIARIA COLMENA S.A		31 ene. 2034	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	387
 93377648	152296	CONSTRUCTORA COLMENA		31 ene. 2034	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	37	387
 93377651	152297	SEGUROS COLMENA		31 ene. 2034	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	387



Superintendencia de
Industria y Comercio

Resolución N° 37072

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

☐		95008455	177364	RIESGOS PROFESIONALES COLMENA		27 jul. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	416
☐		95007782	7765	CESANTIA Y PENSIONES COLMENA			Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	
☐		95007783	7801	CESANTIAS COLMENA			Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	
☐		97069870	11650	COLMENA			Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	
☐		04041641	336504	CAFE DE NEGOCIOS COLMENA		31 ene. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	542
☐		95030849	223808	FUNDACION COLMENA		26 ene. 2030	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	42	480
☐		95030860	223807	FUNDACION COLMENA		26 ene. 2030	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	41	480
☐		03027355	275434	COMPRAHOGAR COLMENA		14 oct. 2033	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	528
☐		03027356	275435	COMPRAHOGAR COLMENA		14 oct. 2033	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	528
☐		9228190435	130748	COLMENA		15 nov. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	
☐		9228190538	130747	COLMENA		28 nov. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	
☐		9228190635	128457	COLMENA		05 jun. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	
☐		9228190736	131846	COLMENA		05 jun. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	
☐		95045426	183047	PROTECCION CRECIENTE COLMENA(La expresion PROTECCION ira como explicativa)		22 ene. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	424
☐		95045427	183046	PROTECCION CRECIENTE COLMENA(La expresion PROTECCION ira como explicativa)		22 ene. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	424
☐		95049449	188043	COLMENA		08 ago. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9	425
☐		97069873	210632	COLMENA		24 jul. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	458
☐		97069874	210125	COLMENA		Loading...	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	458
☐		97069875	210233	COLMENA		22 jul. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	457
☐		97069876	210124	COLMENA		22 jun. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	458
☐		95045427	183046	PROTECCION CRECIENTE COLMENA(La expresion PROTECCION ira como explicativa)		22 ene. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	424
☐		95049449	188043	COLMENA		08 ago. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9	425
☐		97069873	210632	COLMENA		24 jul. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	458
☐		97069874	210125	COLMENA		Loading...	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	458
☐		97069875	210233	COLMENA		22 jul. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	457
☐		97069876	210124	COLMENA		22 jun. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	458



Resolución N° 37072

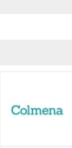
Ref. Expediente N° SD2025/0033086

☐	 02150383	318437	COLMENA BCSC		09 jun. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	559
☐	 02150385	318438	COLMENA BCSC		09 jun. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	559
☐	 02151366	318440	COLMENA BCSC		09 jun. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	559
☐	 02081930	267385	FACIL COLMENA(LO DEMAS IRA COMO EXPLICATIVO)		23 may. 2023	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	38	522
☐	 08038561	366371	COLMENA RENTAFÁCIL		20 nov. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	593
☐	 08038570	366372	COLMENA RENTAFÁCIL		20 nov. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	593
☐	 09021468	387137	GRUPO COLMENA		07 sept. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	41	605
☐	 09021472	387275	GRUPO COLMENA		07 sept. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	37	605
☐	 09021474	387277	GRUPO COLMENA		07 sept. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	605
☐	 09021475	387278	GRUPO COLMENA		07 sept. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	605
☐	 09021508	387359	GRUPO COLMENA		07 sept. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	42	605
☐	 09054380	392922	COLMENA VIDA Y RIESGOS PROFESIONALES		30 nov. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	606
☐	 09054382	392923	COLMENA VIDA Y RIESGOS PROFESIONALES		30 nov. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	606
☐	 09054387	392924	COLMENA VIDA Y RIESGOS PROFESIONALES		30 nov. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	606
☐	 09054389	392925	COLMENA VIDA Y RIESGOS PROFESIONALES		30 nov. 2029	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	606
☐	 09080217	396235	COLMENA CONSTRUCTORA		28 ene. 2030	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	37	608
☐	 09080719	394308	COLMENA BCSC		28 ene. 2030	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	37	608
☐	 07113812	356840	SEGUROS DE VIDA COLMENA		29 may. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	584
☐	 07113815	356841	SEGUROS DE VIDA COLMENA		29 may. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	584
☐	 07120194	357562	COLMENA RIESGOS PROFESIONALES		06 jun. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	584
☐	 07120188	357038	COLMENA RIESGOS PROFESIONALES		30 may. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	584
☐	 07120190	357039	COLMENA RIESGOS PROFESIONALES		30 may. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	588
☐	 07120193	357040	COLMENA RIESGOS PROFESIONALES		30 may. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	588
☐	 07120197	357041	COLMENA RIESGOS PROFESIONALES		30 may. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	588
☐	 07120201	357042	COLMENA RIESGOS PROFESIONALES		30 may. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	588
☐	 30100024	420641	COLMENA VIDA SEGURA		31 mar. 2031	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	621
☐	 30100027	420643	COLMENA VIDA SEGURA		31 mar. 2031	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	621



Resolución N° 37072

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

☐		SD000028	418974	COLMENA PROTECCIÓN INTEGRAL		08 feb. 2031	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35	621
☐		SD000035	418975	COLMENA PROTECCIÓN INTEGRAL		08 feb. 2031	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	621
☐		SD232729	467466	Fiduciaria Colmena		25 ene. 2033	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	37	661
☐		SD154689	480917	COLMENA INMOBILIARIA		24 oct. 2033	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 37	674
☐		SD264691	480918	COLMENA FIDUCIA INMOBILIARIA		24 oct. 2033	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 37	674
☐		SD044367	484192	SEGUROS COLMENA		13 dic. 2033	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	677
☐		SD092621	483319	COLMENA		27 nov. 2033	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	674
☐		SD092797	529671	COLMENA		10 dic. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	725
☐		SD092738	529672	COLMENA		02 dic. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD092739	529673	COLMENA		02 dic. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD092868	525645	COLMENA		29 sept. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD093176	547164	COLMENA		27 abr. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	727
☐		SD093320	532866	Colmena		29 ene. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD093321	531212	COLMENA		24 dic. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD093366	527374	COLMENA		19 oct. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	727
☐		SD093370	532867	COLMENA		28 ene. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD093384	525647	COLMENA		29 sept. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD093480	531213	COLMENA		22 dic. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD093491	529676	COLMENA		10 dic. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	725
☐		SD093501	535764	COLMENA		31 mar. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	740
☐		SD093517	525648	COLMENA		29 sept. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	726
☐		SD093592	528541	COLMENA SEGUROS		13 nov. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	726
☐		SD099467	531251	COLMENA FIDUCIARIA		22 dic. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	726
☐		SD098443	525667	COLMENA ARL		29 sept. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	726
☐		SD099452	540536	LA IDEA DE COLMENA		31 mar. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 38, 41, 42	727
☐		SD099460	559328	COLMENA CAPITALIZADORA		27 jun. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	727
☐		SD099476	534234	Colmena ARL		10 mar. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	734
☐		SD099497	529613	COLMENA SEGUROS		30 nov. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	727
☐		SD099517	529814	COLMENA ARL		30 nov. 2035	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	726





Superintendencia de Industria y Comercio



Resolución N° 37072

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

  SD099525	528543	COLMENA CAPITALIZADORA		25 nov. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	727
  SD099539	534235	Colmena Fiduciaria		08 mar. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	727
  SD099557	535802	Colmena ARL		28 mar. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	736
  SD099624	552636	COLMENA SEGUROS		27 jun. 2026	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	727
  SD099640	530399	COLMENA FIDUCIARIA		16 dic. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	727
  SD099709	529815	COLMENA CAPITALIZADORA		30 nov. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41	727
  SD233321	492590	COLMENA vida y riesgos laborales		30 abr. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	678
  SD233323	492591	COLMENA vida y riesgos laborales		30 abr. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	686
  SD233324	492592	COLMENA vida y riesgos laborales		30 abr. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	678
  SD233326	492593	COLMENA vida y riesgos laborales		30 abr. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	677
  SD047388	585341	COLMENA GESTIÓN		09 feb. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	755
  SD081919	585414	Colmena Gestión		09 feb. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	758
  SD2017/0005628	596924	APP COLMENA SEGUROS		16 oct. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 36	787
  SD2017/0068992	598296	SEGURO EXEQUIAL COLMENA		17 jul. 2028	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	813
  SD2019/0066745	661231	TU INCAPACIDAD PROTEGIDA COLMENA SEGUROS		06 oct. 2020	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	36	871
  SD2022/0005212	717459	COLMENA SEGUROS		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005217	717460	COLMENA SEGUROS DE VIDA		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005221	717461	COLMENA VIDA		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005222	717462	COLMENA SEGUROS RIESGOS LABORALES		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005223	717463	COLMENA SEGUROS ARL		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005225	717465	COLMENA ARL		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005227	717466	ARL COLMENA		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005228	717467	COLMENA RIESGOS LABORALES		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005237	717468	COLMENA SEGUROS GENERALES		23 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	951
  SD2022/0005240	716691	COLMENA SEGUROS PATRIMONIALES		13 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	954
  SD2022/0005244	716692	COLMENA GENERALES		13 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	956
  SD2022/0005271	716693	COLMENA PATRIMONIALES		13 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	956
  SD2022/0005284	716694	SEGUROS GENERALES COLMENA		13 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	956
  SD2022/0005287	716725	RIESGOS LABORALES COLMENA		13 sept. 2032	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36	956
  SD2023/0044920	752779	COLMENA		12 abr. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 35, 36, 42	999
  SD2023/0044850	752781	COLMENA SEGUROS		12 abr. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 35, 36, 42	1006
  SD2023/0044858	759566	COLMENA ARL		16 jul. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 35, 36, 42	1001
  SD2023/0044863	759415	COLMENA FIDUCIARIA		16 jul. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 35, 36, 42	1001
  SD2023/0044978	762824	SEGUROS GENERALES COLMENA		28 ago. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 35, 36, 42	1001
  SD2023/0044862	748741	COLMENA SEGUROS DE VIDA		24 ene. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 35, 36, 42	1003
  SD2023/0054548	760583	COLMENA SEGUROS ADELANTE VALIENTES		29 jul. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 37, 41, 42, 44	1006
  SD2023/0061500	764513	COLMENA INVERSORA		20 sept. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 41, 42	1008
  SD2023/0068416	766289	CONSTRUCTORA COLMENA		16 oct. 2024	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	37	1008



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

	SD2024/0089537	788493	Colmena	23 sept. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41, 44	1042
	SD2024/0089539	796253	Colmena Seguros	12 nov. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41, 44	1038
	SD2024/0089546	791962	Colmena Riesgos Laborales	06 oct. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41, 44	1042
	SD2024/0089562	778572	Colmena Seguros	29 may. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	35, 36, 41, 44	1038
	SD2024/0119807	779189	Colmena Seguros Adelante valientes	10 jun. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 37, 41, 42, 44	1051
	SD2024/0119859	781259	Colmena Seguros Adelante valientes	16 jul. 2025	Registrada	FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	9, 16, 35, 36, 37, 41, 42, 44	1052

Ahora bien, en lo que respecta al criterio relativo a la protección del signo en el extranjero, previsto en el literal k) del artículo 228 de la Decisión 486, se observa que la sociedad opositora únicamente allegó copia de los certificados de registro concedidos en Colombia para los distintos signos que contienen la denominación “**COLMENA**”, sin aportar documentos que acrediten la existencia de registros, renovaciones o solicitudes en otros Países Miembros o fuera del territorio nacional.

En consecuencia, si bien tales certificados nacionales evidencian un esfuerzo sostenido de la sociedad opositora por proteger sus activos intangibles dentro del mercado colombiano, no se encuentra acreditada la extensión de dicha protección en el extranjero. Por lo tanto, este criterio —relativo a la existencia y antigüedad de registros fuera del país— no se tiene por demostrado en el presente expediente, sin perjuicio de que los registros nacionales aportados sí contribuyen a evidenciar la consolidación y permanencia del signo “**COLMENA**” en el sector asegurador colombiano.

Conclusiones respecto del análisis probatorio

De conformidad con el análisis integral de las pruebas aportadas por la sociedad opositora, esta Dirección concluye que la marca “**COLMENA**” (mixta) mantiene un estatus de reconocimiento elevado dentro del sector asegurador colombiano, específicamente para identificar servicios de seguros, riesgos laborales, seguros de vida, salud y demás servicios financieros relacionados, comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza.

A juicio de esta Oficina, las pruebas aportadas dan cuenta de un posicionamiento relevante y persistente de la marca “**COLMENA**”, pues su uso extenso y continuado, la amplia presencia en medios digitales y en buscadores públicos, la proyección territorial demostrada mediante su red de dieciséis (16) oficinas físicas en distintas ciudades del país, así como las cifras considerables de ingresos derivadas de la actividad aseguradora durante los años 2023 y 2025, permiten inferir un alto grado de recordación dentro del sector pertinente y una explotación comercial significativa del signo.

En efecto, los elementos probatorios allegados permiten advertir que la marca mantiene una exposición sostenida en medios públicos, una promoción continua y segmentada en sus canales digitales oficiales, así como un reconocimiento real evidenciado en reportes de prensa, artículos especializados y publicaciones institucionales. Tales circunstancias demuestran que el signo continúa proyectándose como un referente consolidado dentro de la industria aseguradora nacional, reafirmando el grado de conocimiento que históricamente ha caracterizado a la marca “**COLMENA**”.

Así las cosas, las pruebas relativas a su grado de conocimiento (literal a), a la duración, amplitud y extensión geográfica de su uso y promoción (literales b y c), y a los ingresos derivados de los servicios identificados con la marca (literal e), resultan suficientemente robustas para concluir que el signo “**COLMENA**” (mixta) es susceptible de ser considerado notorio respecto de los servicios aseguradores de la clase 36 durante el periodo analizado, comprendido entre los años 2023 y 2025.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

En consecuencia, esta Dirección estima que el estatus de notoriedad acreditado por la marca “**COLMENA**” (mixta) se mantiene y proyecta hacia la fecha de presentación de la solicitud en estudio. Por ende, corresponde proceder al análisis convocado por la sociedad opositora bajo la causal de irregistrabilidad prevista en el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, en lo relativo a la protección reforzada derivada del carácter notorio del signo.

Análisis comparativo frente a marca notoria “COLMENA”:

Los signos bajo estudio son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
 CENTRO RADIOLOGICO COLMES SAS	 COLMENA

Realizado el cotejo sucesivo e integral de los signos confrontados, esta Dirección encuentra que no existe similitud suficiente entre el signo solicitado **CENTRO RADIOLOGICO COLMES SAS / COLMES SAS** (mixto) y la marca opositora **COLMENA** (mixta), conforme a los criterios gráficos, fonéticos, conceptuales y de impresión de conjunto previstos por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

Si bien ambos signos comparten la secuencia inicial COLM-, dicha coincidencia se limita a un fragmento común carente de distintividad autónoma, insuficiente para generar riesgo de confusión. Las denominaciones COLMES y COLMENA difieren de manera notoria en su estructura, extensión, vocalización y terminación:

COLMES finaliza en el fonema /-MES/, con una cadencia breve y cerrada.

COLMENA incorpora las sílabas /-ME-NA/, lo que introduce una estructura más larga, abierta y rítmicamente distinta.

Estas diferencias fonéticas y ortográficas permiten que el consumidor pertinente las perciba como expresiones claramente diferenciables, sin posibilidad real de confusión o asociación empresarial.

Desde el punto de vista visual, los signos presentan composiciones completamente ajenas entre sí:

El signo solicitado contiene un diseño complejo constituido por figuras humanas estilizadas, elementos médicos (corazón, cruz), y una paleta cromática en tonos azul, verde y dorado, todo ello integrado en un contexto claramente sanitario.

La marca opositora incorpora un hexágono amarillo anaranjado semejante a una celda de panal, acompañado de la denominación COLMENA en tipografía y color uniformes.



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

No existe coincidencia en formas, trazos, elementos figurativos, disposición gráfica ni colores que permita inferir similitud apreciable entre las representaciones gráficas confrontadas.

En el plano conceptual, la divergencia es evidente: La marca COLMENA evoca directamente la idea de un panal, de abejas, de colectividad y protección, noción reforzada por el isotipo hexagonal característico. El signo solicitado COLMES carece de significado propio en el lenguaje español y, dentro de su contexto gráfico, se vincula inequívocamente con servicios de salud, radiología y odontología.

Por ello, los signos evocan imágenes y asociaciones conceptuales completamente distintas, lo que excluye cualquier posibilidad de confusión desde esta perspectiva.

Conforme a los criterios de apreciación global fijados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, la similitud parcial derivada de la secuencia inicial COLM- carece de la entidad suficiente para generar riesgo de confusión, máxime cuando el resto de los elementos denominativos, gráficos y conceptuales introduce diferencias claras, contundentes y fácilmente perceptibles por el consumidor medio.

A ello se suma que los servicios que pretende identificar el signo solicitado —“servicios prestados por técnicos en radiología; servicios de odontología; servicios de clínicas odontológicas y servicios de clínicas de salud” de la clase 44— pertenecen a un sector completamente distinto al de los servicios aseguradores amparados por la marca opositora **COLMENA** en la clase 36, lo que reduce aún más cualquier posibilidad de asociación indebida.

En virtud de las diferencias identificadas en todos los planos de comparación, esta Dirección concluye que no existe similitud gráfica, fonética, conceptual ni de impresión de conjunto entre los signos confrontados, razón por la cual no se configura riesgo de confusión o asociación empresarial en los términos del literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Explotación de la reputación

El prestigio del signo se debe en primer lugar a la calidad del producto y/o servicio que identifica, y tal vez como razón secundaria, a la difusión del mismo, o en otras palabras, el empresario primero busca que el signo represente la calidad de su producto o servicio y después su difusión, pues entre otros factores, la buena calidad es por sí misma un factor de difusión del conocimiento del signo por parte de los consumidores, aun sin la intervención del titular.

Se ha advertido dentro de la presente resolución que las marcas notorias tienen un estatus especial y gozan de una protección especial. Así las cosas, puede inferirse que la norma andina busca evitar que el uso indebido de una marca permita el aprovechamiento del prestigio o explotación de su reputación y, de esta forma, obtener porciones de mercado apalancándose en el esfuerzo ajeno.

Entonces, cuando existe un aprovechamiento injustificado de la reputación de una marca notoria por parte de un tercero, ello puede calificarse como una acción parasitaria, conforme a las disposiciones vigentes en materia de marcas, aunque el signo se aplique sobre productos y/o servicios que no tengan grado de conexidad con los identificados por el signo notorio en cuestión.

En consecuencia, si bien la norma andina no contempla un rompimiento absoluto del principio de especialidad en el caso de determinación de confusión o asociación, sí lo

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

hace cuando el signo solicitado a registro pueda aprovecharse del prestigio adquirido por la marca notoria, lo cual debe evitarse para que no se obtengan beneficios por un tercero de la imagen de la marca notoria.

Una vez realizado el estudio, esta Dirección encuentra que no se aportaron pruebas por parte de la sociedad opositora tendientes a demostrar que a través del signo pretendido a registro se busca el aprovechamiento indebido de la reputación de la marca notoria.

En efecto, esta Dirección no puede proteger el signo notorio a través de la aplicación de este riesgo sustentada única y exclusivamente en las semejanzas (elemento denominativo semejante) que presentan los signos al momento de su debida confrontación, en la medida que esta situación fáctica se encuentra protegida a través de la aplicación del riesgo de confusión.

Por lo tanto, en aras de salvaguardar la notoriedad del riesgo de aprovechamiento de la reputación ajena, es deber de la sociedad opositora mediante pruebas contundentes demostrar a esta Dirección que el signo pretendido a registro busca aprovecharse y beneficiarse del prestigio que tiene la marca notoria, y consecuentemente, atraer clientes hacia sus productos, haciéndoles creer que los productos son ofrecidos por la marca notoriamente conocida.

Pérdida de valor publicitario o de fuerza distintiva

Las marcas notorias, a la luz de la norma andina, se encuentran protegidas contra la llamada dilución de su fuerza distintiva. Una marca notoria está revestida de una fuerza distintiva sobresaliente. Así las cosas, la protección frente a la dilución se encamina principalmente a defender la integridad de la marca debido a su especial aptitud distintiva, la que podría verse lesionada de diseminarse su utilización para productos y servicios distintos, ya que esto podría afectar el prestigio de la marca y, eventualmente, la llevaría a perder su posición y significación exclusiva en el mercado.

En este punto es preciso determinar la fuerza distintiva intrínseca del signo notorio, en cuanto a que su significado conceptual pueda estar asociado a los productos identificados como expresión evocativa o bien se presente como una marca arbitraria o caprichosa frente a los mismos.

Así, se observa que, en atención a que la notoriedad de una marca es fruto del esfuerzo económico del titular, lo cual se revierte en el aumento del valor comercial y publicitario que le representa dicha marca, la norma andina extiende su protección a las conductas que pudieren generar la dilución de su valor comercial o publicitario.

En este sentido, el Tribunal de la Comunidad Andina ha sostenido que: *“En todo caso deberá probarse alguno o algunos de los riesgos a los que pueden estar expuestas las marcas notorias, es decir, no basta con probar la notoriedad de la marca para otorgar su protección más allá de los principios de territorialidad y de especialidad, sino que se deberá probar también el riesgo o los riesgos de dilución, uso parasitario o asociación, ya analizados²⁴”*.

Esta Dirección quiere ser enfática en establecer que el cumplimiento de la situación fáctica que rodea la aplicación del citado riesgo debe ser debidamente acreditada por parte del titular de la marca opositora, en tanto que en el acápite probatorio no se evidencia prueba alguna que demuestre fehacientemente que el signo pretendido a registro puede causar la pérdida del valor comercial de la marca notoria, pues si bien se hace referencia a que

²⁴ TJCA, Proceso N°09-IP-2009.

Ref. Expediente N° SD2025/0033086

la marca solicitada identificará servicios médicos y odontológico también ofrecidos bajo el signo opositor, lo cierto es que más allá de la ausencia de riesgo de confusión ya explicada, la marca notoria lo es respecto de “servicios de seguros” y no respecto de servicios médicos u odontológicos, razón por la cual tampoco resulta acreditada la existencia de este riesgo.

Conclusión

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

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Extender la notoriedad de la marca “**COLMENA**” (mixta)²⁵ para identificar “**Servicios de seguros**”, comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza para el periodo comprendido entre los años 2023 al 2025.

ARTÍCULO 2. Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL**.

ARTÍCULO 3. Conceder el registro de la marca **CENTRO RADIOLÓGICO COLMES SAS** (mixta).



Reivindicación de colores:

AZUL
VERDE
NARANJA

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

44: Servicios prestados por técnicos en radiología; servicios de odontología; servicios de clínicas odontológicas; servicios de clínicas de salud.

De la Clasificación Internacional de Niza, Edición N°12.

Titular: **CENTRO RADIOLOGICO COLMES SAS**
Calle 15 número 12 85



25



Ref. Expediente N° SD2025/0033086

TAME 00000 ARAUCA
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 4. Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 5. Notificar a **CENTRO RADIOLOGICO COLMES SAS**, solicitante del registro, y a **FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 6. 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