

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23404

Ref. Expediente N° SD2025/0086295

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 27 de agosto de 2025, Revolution in Education SAS, solicitó el registro de la Marca Knot Academy (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1092, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

¹ 41: Enseñanza y formación en negocios, industria y tecnologías de la información; formación y enseñanza; organización de cursos de enseñanza en materia de gestión de empresas; organización de cursos de enseñanza en materia de gestión de negocios; organización de cursos de formación en institutos de enseñanza; organización y realización de cursos de enseñanza; publicación de material didáctico para la enseñanza; servicios de academias de educación para la enseñanza de idiomas; servicios de academias de enseñanza; servicios de enseñanza de corte y confección; servicios de enseñanza de idiomas; servicios de enseñanza para adultos; servicios de enseñanza superior, educación lingüística y profesional, así como formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de enseñanza y formación sobre tecnologías empresariales, industriales y de la información; servicios educativos; suministro de asistencia grupal y foros presenciales para el aprendizaje del desarrollo de aptitudes de liderazgo; desarrollo de programas internacionales de intercambio de estudiantes; edición de programas de radio y televisión; organización de programas de formación para jóvenes; organización y dirección de cursos de formación para estudiantes; organización y dirección de cursos educativos; preparación, celebración y organización de talleres; talleres de capacitación; talleres de formación; actividades culturales; actividades recreativas y culturales; actividades recreativas y deportivas; preparación de planes de estudio, cursos, manuales de estudio y exámenes.

Ref. Expediente N° SD2025/0086295

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	KNOTFEST	Slipknot, Inc.	SD2017/0091905	11	25, 41	Marca	Registrada	14 jul. 2027
Mixta	REDKNOT	2601223 Ontario, Inc.	SD2019/0039364	11	41	Marca	Registrada	23 abr. 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)"

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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

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

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



Ref. Expediente N° SD2025/0086295

El signo solicitado	La marca registrada
	
	KNOTFEST

Jurisprudencia

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

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

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

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



Ref. Expediente N° SD2025/0086295

Análisis comparativo

En primer lugar, es importante destacar que, respecto de los signos comparados, el elemento denominativo en cada uno de ellos es el preponderante, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto de recordación al consumidor, por ser aquellas las que emplearía para pedir los servicios solicitados o protegidos con éstos.

Dicho lo anterior, esta Dirección encuentra que el signo solicitado KNOT ACADEMY es similarmente confundible ortográfica y fonéticamente con las marcas registradas KNOTFEST y REDKNOT, al compararlas en su conjunto de manera sucesiva y no simultánea.

En efecto, desde el punto de vista ortográfico, se observa que el elemento denominativo arbitrario “KNOT” del signo solicitado se encuentra incluido dentro de las marcas registradas KNOTFEST y REDKNOT, en el mismo orden y disposición de los fonemas que lo componen (/K/, /N/, /O/, /T/), lo que genera una evidente proximidad ortográfica entre los signos comparados, máxime cuando, en las denominaciones compuestas, es la primera palabra la que mayor impacto de recordación genera en el consumidor.

Adicionalmente, desde aspecto fonético, se destaca una cercana sonoridad entre los signos en conflicto, en el entendido que, en su elemento coincidente “KNOT”, la consonante “K” se caracteriza por tener un sonido fuerte y marcado, la cual, al estar acompañada silábicamente de la vocal abierta “O”, adquiere una especial relevancia acústica dentro de las denominaciones comparadas, circunstancia que refuerza la similitud fonética existente entre los signos en conflicto.

Por otra parte, de la expresión ACADEMY, esta Dirección encuentra que, la misma no constituye un elemento que dote de suficiente distintividad extrínseca al signo solicitado, en la medida que es una palabra explicativa de los servicios que se pretenden registrar.

Finalmente, en cuanto al aspecto figurativo que integra el signo solicitado, consistente en una figura de varios colores, formada por barras con extremos redondeados que se cruzan en el centro, creando un asterisco, se advierte que la misma no resulta ser suficiente para dotar al signo pretendido de suficientes elementos adicionales capaz de otorgarle la diferenciación necesaria para su registro.

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0086295

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 41: Enseñanza y formación en negocios, industria y tecnologías de la información; formación y enseñanza; organización de cursos de enseñanza en materia de gestión de empresas; organización de cursos de enseñanza en materia de gestión de negocios; organización de cursos de formación en institutos de enseñanza; organización y realización de cursos de enseñanza; publicación de material didáctico para la enseñanza; servicios de academias de educación para la enseñanza de idiomas; servicios de academias de enseñanza; servicios de enseñanza de corte y confección; servicios de enseñanza de idiomas; servicios de enseñanza para adultos; servicios de enseñanza superior, educación lingüística y profesional, así como formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de enseñanza y formación sobre tecnologías empresariales, industriales y de la información; servicios educativos; suministro de asistencia grupal y foros presenciales para el aprendizaje del desarrollo de aptitudes de liderazgo; desarrollo de programas internacionales de intercambio de estudiantes; edición de programas de radio y televisión; organización de programas de formación para jóvenes; organización y dirección de cursos de formación para estudiantes; organización y dirección de cursos educativos; preparación, celebración y organización de talleres; talleres de capacitación; talleres de formación; actividades culturales; actividades recreativas y culturales; actividades recreativas y deportivas; preparación de planes de estudio, cursos, manuales de estudio y exámenes.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2017/0091905

Clase 41: Servicios de entretenimiento, a saber, organización y dirección de conciertos musicales en vivo y giras de conciertos musicales en vivo; realización de exposiciones recreativas en forma de festivales de música; organización de festivales de música con fines culturales o recreativos; servicios de entretenimiento, a saber, organización y realización de espectáculos musicales en vivo para ser difundidos por difusión; continua en directo de contenidos audiovisuales por Internet.

Expediente SD2019/0039364

Clase 41: Producción de programas de televisión; producción de películas; servicios de producción de medios, a saber, producción de vídeos y películas; servicios de esparcimiento, en concreto, servicios de producción multimedia; información de entretenimiento; proporcionar un sitio web con información de entretenimiento.

Conexidad competitiva entre servicios de la misma clase 41 (Criterio de razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos cotejados, esta Dirección encuentra que, para el consumidor resulta razonable que los servicios solicitados en la clase 41 consistentes en “*actividades recreativas y culturales*”, sean ofrecidos por el mismo empresario titular de las marcas previamente registradas que identifican en la misma clase servicios de “*entretenimiento; organización de festivales de música con fines culturales o recreativos; esparcimiento e información sobre entretenimiento*”.

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° SD2025/0086295

Lo anterior, en el entendido que, las actividades recreativas y culturales constituyen una categoría amplia que comprende actividades de entretenimiento, organización de festivales de música y el esparcimiento, los cuales suelen ser ofrecidos por un mismo empresario dentro de una misma línea de negocio, por lo que, al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación o confusión se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado.

Adicionalmente, los servicios enfrentados pueden ser publicitados a través de los mismos canales, lo que refuerza la posibilidad de que el consumidor les pueda atribuir un mismo origen empresarial. Esta situación se intensifica aún más en el entorno digital y de redes sociales, donde los algoritmos segmentan la publicidad según el historial de navegación, por lo que, al exponerse signos semejantes en un mismo ecosistema digital, el evento de que el consumidor los confunda se estrecha.

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

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Knot Academy (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Revolution in Education SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

⁵ 41: Enseñanza y formación en negocios, industria y tecnologías de la información; formación y enseñanza; organización de cursos de enseñanza en materia de gestión de empresas; organización de cursos de enseñanza en materia de gestión de negocios; organización de cursos de formación en institutos de enseñanza; organización y realización de cursos de enseñanza; publicación de material didáctico para la enseñanza; servicios de academias de educación para la enseñanza de idiomas; servicios de academias de enseñanza; servicios de enseñanza de corte y confección; servicios de enseñanza de idiomas; servicios de enseñanza para adultos; servicios de enseñanza superior, educación lingüística y profesional, así como formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de enseñanza y formación sobre tecnologías empresariales, industriales y de la información; servicios educativos; suministro de asistencia grupal y foros presenciales para el aprendizaje del desarrollo de aptitudes de liderazgo; desarrollo de programas internacionales de intercambio de estudiantes; edición de programas de radio y televisión; organización de programas de formación para jóvenes; organización y dirección de cursos de formación para estudiantes; organización y dirección de cursos educativos; preparación, celebración y organización de talleres; talleres de capacitación; talleres de formación; actividades culturales; actividades recreativas y culturales; actividades recreativas y deportivas; preparación de planes de estudio, cursos, manuales de estudio y exámenes.

Resolución N° 23404

Ref. Expediente N° SD2025/0086295

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 31 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS