

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29173

Ref. Expediente N° SD2025/0095315

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 17 de septiembre de 2025, NINGBO REBON E-COMMERCE CO., LTD, solicitó el registro de la Marca **KOBA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 28 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 28: Artículos de cotillón; espinilleras [artículos de deporte]; juguetes; juguetes antiestrés; máscaras [juguetes]; juguetes inteligentes; redes [artículos de deporte].

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

Ref. Expediente N° SD2025/0095315

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	KOVO SKETCH	Jacobo Monsalve Lopez	SD2025/0021713	12	28	Marca	Registrada	4/12/2035

Confundibilidad con marcas previamente solicitadas

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Radicación
Mixta	COBA	INDUSTRIAS S.V.N. S.A.S	SD2025/0074509	12	25, 35	Marca	Con oposición	28/07/2025

Los signos a comparar son los siguientes:

•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.

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° SD2025/0095315

El signo solicitado	Las marcas previamente solicitadas y registradas
	 

Jurisprudencia

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

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles , dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados.

KOBA / KOVO SKETCH

En este caso, desde el plano fonético, el signo solicitado **KOBA** y el antecedente **KOVO SKETCH** comparten una similitud sonora apreciable derivada de la coincidencia en la secuencia fonética “**ko–ba / ko–vo**”, en la que se mantiene el mismo ataque fonético “**ko**”, conformado por los fonemas /k/–/o/ y la misma terminación /ba/ - /vo/, que constituye la porción auditiva total del antecedente. La articulación similar con igual ritmo y cadencia, genera una resonancia sonora equivalente que domina la percepción del consumidor desde el primer contacto auditivo. Esta coincidencia fonética en el elemento principal



Ref. Expediente N° SD2025/0095315

puede conducir a que el consumidor no logre individualizar los signos, los confunda o los perciba como variantes del signo antecedente.

KOBA / COBA

En este caso, se evidencia confundibilidad desde el plano fonético entre el signo solicitado KOBA y el antecedente COBA, por la equivalencia en la secuencia fonética, lo cual se aprecia en la proyección sonora “KO-BA” / “CO-BA”, con coincidencia plena en la vocal “O” y en la cadena fonética “BA”, los cuales generan una cadencia rítmica similar y fácilmente asimilable por el oído del consumidor. Asimismo, la variación en los fonemas iniciales /k/ y /c/ no denotan de relevancia fonética, en la medida en que la letra “K” seguida de la vocal “O” se articula como “CO”; de lo cual se proyecta el sonido oclusivo velar sordo común KO-CO, lo que determina la similitud en la emisión sonora de ambos signos. En consecuencia, esta equivalencia fonética neutraliza cualquier posibilidad de diferenciación auditiva, sin que el consumidor pueda individualizar plenamente el signo pretendido.

Finalmente, si bien el signo solicitado contiene adicionalmente un arte, compuesto por la denominación del signo en una grafía especial, sobre un fondo y con la representación de una huella de un perro o gato, estos elementos por sí solos no logran darle 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 productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 28: Artículos de cotillón; espinilleras [artículos de deporte]; juguetes; juguetes antiestrés; máscaras [juguetes]; juguetes inteligentes; redes [artículos de deporte].

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2025/0021713 clase 28: Cartas de juego, cartas intercambiables para juegos, fichas para juegos, juegos de cartas, juegos de cartas intercambiables, juegos de

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0095315

mesa, juegos, juego de cartas para promover la creatividad, juego de cartas para la imaginación.

Expediente SD2025/0074509 35: Comercialización de productos.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 28 del signo solicitado y los bienes de la clase 28 del antecedente SD2025/0021713 (Principio de Razonabilidad)

En este caso, desde la perspectiva de la práctica habitual del mercado del entretenimiento y el ocio, se evidencia conexión competitiva bajo el principio de razonabilidad entre los productos solicitados en la clase 28, consistentes en: *“artículos de cotillón, juguetes, juguetes antiestrés, juguetes inteligentes, máscaras en cuanto juguetes y artículos deportivos recreativos”*; y aquellos amparados por la marca registrada como: *“juegos de cartas, juegos de mesa, cartas intercambiables y juegos orientados a la creatividad y la imaginación”*. En efecto, todos estos productos se inscriben dentro del mismo sector lúdico–recreativo, se dirigen a un público coincidente como niños, jóvenes y adultos, y suelen comercializarse a través de los mismos canales, tales como jugueterías, tiendas especializadas en juegos, grandes superficies y plataformas de comercio electrónico.

Asimismo, resulta habitual que un mismo empresario ofrezca de manera conjunta juguetes físicos, juegos de mesa y juegos de cartas como parte de un portafolio integral de productos de entretenimiento, lo que genera en el consumidor la expectativa razonable de que provienen de un mismo origen empresarial. En consecuencia, las coberturas enfrentadas presentan una clara relación de conexidad competitiva susceptible de inducir en errónea asociación en el mercado a los consumidores.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 28 del signo solicitado y las prestaciones de la clase 35 del antecedente SD2025/0074509 (Principio de Razonabilidad)

De las coberturas relacionadas, se evidencia conexión competitiva bajo el principio de razonabilidad, entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 28 y los servicios de la clase 35 amparados por el antecedente, en la medida en que estos comprenden actividades de comercialización. Por lo anterior, los servicios protegidos por la marca antecedente se encuentran directamente relacionados con la comercialización de toda clase de productos. En tal sentido, desde la práctica comercial, es común que un mismo agente económico participe tanto en la producción o provisión de los productos pretendidos (clase 28) como en su comercialización (clase 35), integrando estas actividades dentro de una misma estructura empresarial.

En ese orden de ideas, es usual que un mismo operador económico no solo elabore y comercialice los productos analizados, sino que también participe en su comercialización y distribución (comercial), o que empresas dedicadas al comercio ofrezcan líneas específicas de productos como los de la clase 28. En ese sentido, se evidencia una relación funcional entre los productos y los servicios, al compartir finalidades relacionadas y orientadas a la puesta en el mercado, promoción y acceso de productos de consumo, lo que conlleva a que el consumidor genere la expectativa razonable de que provienen de un mismo origen empresarial.

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

Resolución N° 29173

Ref. Expediente N° SD2025/0095315

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 **KOBA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 28 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por NINGBO REBON E-COMMERCE CO., LTD, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 28: Artículos de cotillón; espinilleras [artículos de deporte]; juguetes; juguetes antiestrés; máscaras [juguetes]; juguetes inteligentes; redes [artículos de deporte].