

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 30036

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

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 25 de junio de 2025, **BOMBON DIVINA COCINA SAS**, solicitó el registro de la Marca **BOM BON DIVINA COCINA** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en la Clase 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1077 el 29 agosto 2025, **COLOMBINA S.A.**, 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:

“JUSTIFICACIÓN

1. Clase contra la cual se presenta la Oposición

Informo al Despacho que esta oposición únicamente se presenta respecto de la clase 30 internacional.

2. COLOMBINA S.A. se encuentra legitimada para la presentación de esta Oposición

Normas que regulan la materia - Decisión 486 de la Comunidad Andina

(...)

Titularidad sobre la marca BON BON BUM

COLOMBINA S.A. se dedica de manera principal a la producción y comercialización de diversos productos alimenticios, entre ellos productos de confitería, chocolatería, helados, pastelería, bebidas, galletería, jaleas, cereales, dulces en general, etc. por lo que se encuentra legitimada para presentar esta oposición, al ser titular en Colombia de los siguientes registros de sus marcas BON BON BUM:

¹ **30:** Pastelería; pastelería congelada; pastelería vegana; productos de pastelería; brick [pastelería con rellenos variados]; brik [pastelería con rellenos variados]; empanadillas [productos de pastelería]; galletas de pastelería para hornear; mezclas para la elaboración de pastelerías; mezclas para preparar pastelerías; mezclas para preparar productos de pastelería; porciones de pasteles [productos de pastelería]; productos de pastelería congelados; productos de pastelería danesa; productos de pastelería de chocolate; productos de pastelería franceses; productos de pastelería frescos; productos de pastelería italianos; pan, productos de pastelería y confitería; productos de pastelería a base de almendras; productos de pastelería a base de cremas; productos de pastelería a base de fruta; pastelitos dulces y salados [productos de pastelería]; productos de pastelería a base de cremas y fruta; productos de pastelería a base de verduras y carne; productos de pastelería a base de verduras y pescado; productos de pastelería a base de verduras y carne de aves; postres de chocolate; pudines [postres]; crema inglesa [postres horneados]; mousses de postre [dulces]; mousses de postre [productos de confitería]; natillas [postres horneados]; postres a base de helado; postres helados con frutas; postres a base de crema inglesa; postres congelados de helado con sabor a fruta; postres congelados de helados cremosos con sabor de frutas.

43: Servicios de restaurante y catering relacionado con la provisión de alimentos y bebidas; servicios de preparación de alimentos y bebidas; hospedaje en hoteles; hospedajes temporales; hospedaje temporal en casas de huéspedes; hospedaje temporal en casas de vacaciones; organización de hospedaje temporal; reserva de hospedajes temporales; servicios de campamentos de vacaciones [hospedaje]; servicios de casas particulares de hospedaje; servicios de hospedaje en hoteles; suministro de información sobre hospedajes temporales, incluidas tarifas, disponibilidad, ubicaciones e instalaciones, reseñas, descripciones e imágenes de propiedades; alojamiento en hoteles; hoteles de resort; reserva de hoteles; servicios de hotel y restaurante; servicios de hotel para clientes preferentes; reservas de habitaciones de hotel u otro tipo de alojamiento temporal por agencias de viajes o intermediarios.

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

MARCA – EXPEDIENTE – REGISTRO – CLASE – VIGENCIA

BON BON BUM – 9214431130 – 84480 – 30 – 26/03/2030
BON BON BUM – 94-046782 – 197258 – 29 – 28/11/2026
BON BON BUM (MIXTA) – 11-173084 – 452082 – 30 – 28/05/2032
BON BON BUM (MIXTA) – 09-090653 – 398024 – 30 – 26/02/2030
BON BON BUM CAMPEON – 010096839 – 255094 – 30 – 22/07/2032
BON BON BUM UNICO COMO TÚ – 07057998 – 472626 – 30 – 30/09/2028
BON BON BUM POWER – SD2021/0083906 – 699720 – 30 – 07/02/2032
COLOMBINA BON BON BUM (TRICOLOR) (MIXTA) – 15117061 – 532096 – 30 – 28/03/2026
BON BON BUM – SD2018/0086430 – 621497 – 25 – 21/06/2029

BON BON BUM – 04-044755 – 292093 – 32 – 22/11/2034
COPA BON BON BUM – SD2021/0096104 – 708106 – 41 – 07/06/2032
COPA BON BON BUM (MIXTA) – SD2021/0096089 – 711427 – 41 – 13/07/2032
BON BON BUM – SD2023/0054634 – 762940 – 9, 16, 35, 41, 42 – 28/08/2034

(...)

(se transcriben definiciones doctrinales y jurisprudenciales sobre la función de la marca, perceptibilidad, representación gráfica y distintividad — texto extenso doctrinal y jurisprudencial)

Caso objeto del presente proceso

En el caso objeto del presente proceso, tenemos que la marca solicitada BOM BON Divina Cocina (MIXTA) carece de la distintividad extrínseca para acceder al registro marcario, al no tener la aptitud para diferenciar en el mercado los respectivos productos de la clase 30 internacional para los que fue solicitado, de aquellos productos de la clase 30 amparados bajo la marca opositora BON BON BUM, dadas las grandes semejanzas que presenta frente a ésta desde los aspectos gramatical y visual, tal y como se explica en los siguientes puntos.

Es importante indicar que en el presente caso la confundibilidad marcaria está dada principalmente por la coincidencia que existe en relación con el elemento mixto o gráfico de cada una de las etiquetas de las marcas comparadas, particularmente por la inclusión y disposición de los diseños incluidos en las etiquetas.

3. La confundibilidad es un impedimento para la coexistencia de las marcas

La confundibilidad entre dos marcas impide que éstas puedan coexistir pacíficamente, debido al gran riesgo que esto representa para el público consumidor.

(...)

4. Existe confundibilidad entre las marcas BOM BON Divina Cocina (MIXTA) y BON BON BUM

Cuando las marcas BOM BON Divina Cocina (MIXTA) y BON BON BUM son analizadas en conjunto y siguiendo las reglas y criterios antes anotados, se deduce claramente que la marca solicitada a registro presenta frente a la marca opositora una gran semejanza gramatical, visual y fonética, además de existir una total conexidad competitiva entre los productos amparados por dichas marcas.

5. Las marcas BOM BON Divina Cocina (MIXTA) y BON BON BUM presentan similitudes gramaticales y visuales

La marca solicitada a registro BOM BON Divina Cocina (MIXTA) reproduce el elemento

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

esencial de la marca opositora BON BON BUM (mixta), como es la partícula idéntica BOM BON / BON BON, encontrándose completamente contenida en ella, por lo cual el público consumidor no tendría herramientas ni elementos de juicio para diferenciarlas y en consecuencia se vería inducido a error y a riesgo de asociación al momento de encontrar en el mercado los productos correspondientes, pues ellos generan un impacto visual muy similar y de muy difícil diferenciación.

Debe anotarse que las expresiones Divina Cocina no le aportan mayor distintividad al tratarse de términos genéricos y descriptivos.

Semejanzas fonéticas

Al existir entre las marcas una gran coincidencia gramatical, es evidente que igualmente existe entre ellas una gran coincidencia fonética, pues estando las marcas conformadas por las mismas letras (BOMBON / BON BON) en idéntico orden y secuencia, es claro que en conjunto generan prácticamente un mismo sonido al ser pronunciadas de manera consecutiva, sin que la expresión Divina Cocina sea tenida en cuenta en el análisis al ser genérica y descriptiva.

6. El Despacho se ha pronunciado en varias oportunidades sobre la confundibilidad marcaría

(...)

7. El Despacho ya se ha pronunciado sobre marcas similares a BON BON BUM

(...)

8. Existe conexidad competitiva entre las coberturas de las marcas comparadas

En el presente caso encontramos que las marcas BOM BON Divina Cocina (MIXTA) y BON BON BUM guardan una estrecha conexidad competitiva, ya que distinguen los mismos productos y otros productos que se encuentran estrechamente relacionados en la clase 30 internacional, por lo que existe entre ellos una clara relación de dependencia, al satisfacer las mismas necesidades, ser complementarios o accesorios, dirigirse al mismo ramo de consumidores, y ofrecerse en los mismos establecimientos y canales de comercialización y de distribución, utilizando los mismos medios de publicidad y de difusión.

(se transcribe listado completo de coberturas de ambas marcas)

9. Existen grandes consecuencias por la confundibilidad y la conexidad de las marcas

Al consistir la marca solicitada BOM BON Divina Cocina (MIXTA) en una reproducción de todo aspecto del elemento esencial (BONBON) de las marcas BON BON BUM, el público consumidor creará una falsa idea de asociación y vinculación entre dichas marcas, por lo que equivocadamente creará que todas ellas provienen de un mismo origen empresarial y los productos por ellas amparados gozan por lo tanto de las mismas características y cualidades.

10. La marca BON BON BUM es una marca notoria

La marca BON BON BUM (mixta) de propiedad de COLOMBINA S.A. es una marca NOTORIA dentro del mercado nacional, sub-regional, latinoamericano e internacional, con anterioridad a la presentación de la solicitud de la marca solicitada BOM BON Divina Cocina (MIXTA) que se tramita bajo este expediente.

(...)

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

11. Existe un gran riesgo de dilución marcaria

(...)

12. Estas consideraciones son aplicables al caso bajo estudio

En el caso bajo estudio, donde se solicita el registro de la marca BOM BON Divina Cocina (MIXTA) para distinguir productos comprendidos en la clase 30, nos enfrentamos al gravísimo riesgo de confusión, asociación y de dilución que enfrentaría la marca notoria BON BON BUM de propiedad de COLOMBINA S.A., de concederse el mencionado registro en este expediente.

13. Reconocimiento expreso de la notoriedad de la marca BON BON BUM

(...)

14. Estas son algunas conclusiones al caso bajo estudio

En consecuencia, la marca BOM BON Divina Cocina (MIXTA) resulta irregistrable en la clase 30 internacional. (...)

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **BOMBON DIVINA COCINA SAS**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“1. Titularidad del signo

Mi representada es titular del siguiente signo distintivo:

EXPEDIENTE – DENOMINACIÓN – TITULAR – CLASE – VIGENCIA

SD2022/0115215

BOM BON DIVINA COCINA Divina Cocina

BOMBON DIVINA COCINA SAS

43

22 sept. 2033

2. Sobre la supuesta confundibilidad gráfica

No es claro para el solicitante la afirmación de la sociedad opositora en el sentido de que la presunta confundibilidad que se presenta existe en relación con el elemento mixto o gráfico de cada una de las etiquetas comparadas, particularmente por la inclusión y disposición de los diseños incluidos en las etiquetas. En efecto:

Decimos que no es claro pues a lo largo del documento de oposición se argumenta precisamente que la presunta confusión obedece a la coincidencia en la expresión BON. Luego, no es clara ni oportuna, ni conducente ni pertinente la referencia a una confusión en los aspectos gráficos de los signos en comparación.

3. Inexistencia de coincidencia en “BOM”

Hacemos un llamado respetuoso al despacho que no se deje confundir por la afirmación de la opositora sobre que los signos distintivos coinciden en la expresión BOM BON, pues la mismas no son veraces y generan confusión al momento del examen de registrabilidad. La marca opositora NO INCLUYE la expresión BOM.

La opositora afirma que:

Contrario a lo afirmado, no es cierto que la marca presentada a registro reproduzca el elemento esencial de la marca opositora, pues no esta determinado cuál es el

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

elemento esencial del antecedente. La marca completa citada por la opositora es BON BON BUM.

Tampoco es cierto que se reproduzca la partícula idéntica BOM BON, como quiera que la presunta coincidencia es en la expresión de uso común BON, las marcas NO COINCIDEN en la expresión BOM como lo asevera la apoderada de la sociedad opositora.

4. Diferencias estructurales entre los signos

Al comparar las expresiones BOM BON DIVINA COCINA (Mixta) y BON BON BUM (Mixta), se observan diferencias importantes que permiten su coexistencia pacífica en el mercado. Sobre todo, porque las marcas en estudio presentan elementos nominativos y gráficos que diluyen el riesgo de confusión.

Asimismo, la marca presentada a registro contiene características especiales en su parte gráfica, lo que inmediatamente hace diferentes las marcas comparadas para el consumidor y diluyen cualquier riesgo de confusión. En efecto, el signo presentado presenta un tipo de letra, tamaño de la misma y color específico, colores distintos y diferencias conceptuales.

Partículas de uso común

En el caso concreto, debe resaltarse que la expresión BON (en la que coinciden los signos comparados), es débiles e inapropiables en exclusiva por cuenta de empresario alguno, toda vez que se refieren a un término de uso común dentro de los productos que distinguen por lo cual deberá considerarse como una partícula descriptiva, de uso común e inapropiable por cuenta de empresario alguno.

Los titulares de marcas que contengan una expresión de uso común no pueden apropiarse de dichos elementos de forma exclusiva.

(...)

Diferencias fonéticas

BOM BON DIVINA COCINA vs BON BON BUM

Se observa que la marca presentada a registro incluye la palabra BON, inicia en BOM y finaliza en la expresión DIVINA COCINA. Por su parte la marca opositora inicia con la expresión BON repetida y finaliza en BUM.

El elemento similar en los signos (de uso común) en estudio se encuentra en distinto orden y, por tanto, la pronunciación y recordación que generan cada uno de los signos en el consumidor son completamente diferentes.

Ausencia de conexidad competitiva

(iii) No relación estrecha o identidad de los productos/servicios

Al analizar la cobertura de ambos signos, se observa que no existe conexidad competitiva, pues cada una de ellas identifica productos completamente diferentes.

(...)

Teniendo en cuenta los argumentos expuestos anteriormente, se concluye que el signo solicitado a registro no se encuentra incurso en la causal de irreregistrabilidad contemplada en el artículo 136, literal a) y h), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina y, por ende, debe ser concedido por la Dirección de Signos Distintivos.

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

CONCLUSIONES

No es cierto que se reproduzca la partícula idéntica BOM BON DIVINA COCINA, como quiera que la presunta coincidencia es en la expresión genérica BON, las marcas NO COINCIDEN en la expresión BOM como lo asevera la apoderada de la sociedad opositora a lo largo de su escrito.

Al comparar las expresiones BOM BON DIVINA COCINA (Mixta) y BON BON BUM, se observan diferencias importantes que permiten su coexistencia pacífica en el mercado.

(...)

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

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 proceder a 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.

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° SD2025/0061524

Reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción

La causal de irregistrabilidad en estudio protege al signo notorio frente a actos de 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. imitāri). 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. traducēre, 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. littēra, 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. transcribēre). 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° SD2025/0061524

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,

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

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;

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

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

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

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

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° SD2025/0061524

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 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 marca”¹³.

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

- 1.1. Facturas de venta electrónica No. 43AJ 2099
- 1.2. Facturas de venta electrónica No. 50AJ 2499
- 1.3. Facturas de venta electrónica No. 48KJ 47
- 1.4. Facturas de venta electrónica No. 44AJ 3020
- 1.5. Facturas de venta electrónica No 41DJ 2154
- 1.6. Facturas de venta electrónica No 47EJ 1113
- 1.7. Facturas de venta electrónica No 53AJ 1963
- 1.8. Acuerdo de colaboración empresarial entre COLOMBINA S.A. y FABRICA NACIONAL DE AUTOPARTES S.A. FANALCA S.A. del 16 de octubre de 2024.

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° SD2025/0061524

- 1.9. Solicitud de delegado sorteo actividad promocional “SIEMPRE FIRME CON BON BON BUM”
- 1.10. Resolución por la cual se autoriza la operación de un Juego Promocional a la COLOMBINA S.A., radicado No.: 20242000016014, expediente número 24000153.
- 1.11. Certificado de existencia y representación legal de BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS COLOMBIA SA
- 1.12. Pago prima póliza del ramo de Cumplimiento 000782720000
- 1.13. Estudio de mercado denominado ¿cómo fortalecer el liderazgo de BON BON BUM desde el entendimiento de sus oportunidades e incremento de deseo de Marca? De IPSOS.
- 1.14. Informe “Medición organoléptica 1.35. Prueba de producto, prototipos BON BON BUM” de abril de 2022.
- 1.15. Acta sorteo “Siempre firme con bon bon bum” del 6 de noviembre de 2024.
- 1.16. Certificado de BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS COLOMBIA SA emitido por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- 1.17. Póliza de seguro de cumplimiento de disposiciones legales emitida por BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS COLOMBIA SA, tomador COLOMBINA S.A.
- 1.18. NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA RESOLUCIÓN NO. 20231200016534 DE 04 DE SEPTIEMBRE DE 2023.
- 1.19. Designación de delegado por parte de la Alcaldía de Santiago de Cali.
- 1.20. TÉRMINOS Y CONDICIONES: ACTIVIDAD: “Siempre Firme con Bon Bon Bum”
- 1.21. Informe “Medición organoléptica 1.35. Prueba de producto, prototipos BON BON BUM” de marzo de 2023.
- 1.22. Publicidad BOMBOZA
- 1.23. Comunicación campana: Bon Bon Bum barra masticable crunchy bits
- 1.24. Audio publicitario de sorteo “Siempre Firme con Bon Bon Bum”
- 1.25. Audio publicitario Bon Bon Bum Uva Mix
- 1.26. Exhibiciones, extra contenido Bon Bon Bum, plan promocional, distribución, cajas día del niño, en Guayaquil, Quito, Riobamba, entre otras ciudades.
- 1.27. PLAN DIGITAL CB100 19 Agos – 20 Oct
- 1.28. Audio publicitario de Bon Bon Bum En la emisora los 40 de Cali.
- 1.29. Tabla con los volúmenes de ventas durante los años 2024, 2023 y octubre, noviembre y diciembre de 2022.
- 1.30. Imagen publicitaria de Bon Bon bum Power.
- 1.31. Video de Estela Tour promocionando Bom Bom Bum de Mora.
- 1.32. Cédula de Ciudadanía de Manuel Eduardo Ríos Zapata.
- 1.33. Cb1001.33. Material Camapaña BBB Barra masticable.
- 1.34. factura electrónica de venta 621.35.19896964 de 10.10.2023
- 1.35. factura electrónica de venta 621.35.19019846 de 30.06.2023
- 1.36. factura electrónica de venta 621.35.18867962 de 13.06.2023
- 1.37. factura electrónica de venta 621.35.19448720 de 19.08.2023
- 1.38. factura electrónica de venta 621.35.19096323 de 10.07.2023
- 1.39. factura electrónica de venta 621.35.18226163 de 29.03.2023
- 1.40. factura electrónica de venta 621.35.17882444 de 17.02.2023
- 1.41. factura electrónica de venta 621.35.18546244 de 06.05.2023
- 1.42. factura electrónica de venta 621.35.19917974 de 12.10.2023
- 1.43. factura electrónica de venta 621.35.20469004 de 17.12.2023
- 1.44. factura electrónica de venta 621.35.20253866 de 21.11.2023
- 1.45. factura electrónica de venta 621.35.19619444 de 08.09.2023
- 1.46. factura electrónica de venta 621.35.19459675 de 22.08.2023
- 1.47. factura electrónica de venta 621.35.19886318 de 09.10.2023
- 1.48. factura electrónica de venta 621.35.19835248 de 03.10.2023
- 1.49. factura electrónica de venta 621.35.18588356 de 11.05.2023
- 1.50. factura electrónica de venta 621.35.19094475 de 10.07.2023

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.51. factura electrónica de venta 621.35.18331049 de 12.04.2023
- 1.52. factura electrónica de venta 621.35.18106700 de 15.03.2023
- 1.53. factura electrónica de venta 621.35.19456881 de 21.08.2023
- 1.54. factura electrónica de venta 621.35.17830880 de 11.02.2023
- 1.55. factura electrónica de venta 621.35.20250157 de 21.11.2023
- 1.56. factura electrónica de venta 621.35.19939415 de 14.10.2023
- 1.57. factura electrónica de venta 621.35.20415557 de 11.12.2023
- 1.58. factura electrónica de venta 621.35.14896992 de 19.03.2022
- 1.59. factura electrónica de venta 621.35.15701591 de 15.06.2022
- 1.60. factura electrónica de venta 621.35.17581508 de 14.01.2023
- 1.61. factura electrónica de venta 621.35.17011398 de 05.11.2022
- 1.62. factura electrónica de venta 621.35.18364356 de 15.04.2023
- 1.63. factura electrónica de venta 621.35.17011416 de 05.11.2022
- 1.64. factura electrónica de venta 621.35.14229064 de 07.01.2022
- 1.65. factura electrónica de venta 621.35.16476057 de 07.09.2022
- 1.66. factura electrónica de venta 621.35.14759865 de 05.03.2022
- 1.67. factura electrónica de venta 621.35.14357185 de 21.01.2022
- 1.68. factura electrónica de venta 621.35.16422098 de 01.09.2022
- 1.69. factura electrónica de venta 621.35.16140037 de 02.08.2022
- 1.70. factura electrónica de venta 621.35.15090182 de 09.04.2022
- 1.71. factura electrónica de venta 621.35.16615263 de 22.09.2022
- 1.72. factura electrónica de venta 621.35.15329530 de 06.05.2022
- 1.73. factura electrónica de venta 621.35.18008900 de 04.03.2023
- 1.74. factura electrónica de venta 621.35.18427708 de 22.04.2023
- 1.75. factura electrónica de venta 621.35.18808666 de 06.06.2023
- 1.76. factura electrónica de venta 621.35.17017251 de 05.11.2022
- 1.77. factura electrónica de venta 621.35.17263897 de 03.12.2022
- 1.78. factura electrónica de venta 621.35.17466844 de 27.12.2022
- 1.79. factura electrónica de venta 621.35.17631140 de 20.01.2023
- 1.80. factura electrónica de venta 621.35.16568619 de 17.09.2022
- 1.81. factura electrónica de venta 621.35.16615537 de 22.09.2022
- 1.82. factura electrónica de venta 621.35.16869579 de 20.10.2022
- 1.83. factura electrónica de venta 621.35.17426190 de 21.12.2022
- 1.84. factura electrónica de venta 621.35.14208766 de 03.01.2022
- 1.85. factura electrónica de venta 621.35.14304884 de 15.01.2022
- 1.86. factura electrónica de venta 621.35.15240458 de 27.04.2022
- 1.87. factura electrónica de venta 621.35.15341140 de 07.05.2022
- 1.88. factura electrónica de venta 621.35.15978880 de 15.07.2022
- 1.89. factura electrónica de venta 621.35.16087700 de 27.07.2022
- 1.90. factura electrónica de venta 621.35.18003035 de 03.03.2023
- 1.91. factura electrónica de venta 621.35.16183954 de 06.08.2022
- 1.92. factura electrónica de venta 621.35.17045511 de 09.11.2022
- 1.93. factura electrónica de venta 621.35.17427209 de 21.12.2022
- 1.94. factura electrónica de venta 621.35.16184106 de 06.08.2022
- 1.95. factura electrónica de venta 621.35.15990829 de 16.07.2022
- 1.96. factura electrónica de venta 621.35.16948066 de 29.10.2022
- 1.97. factura electrónica de venta 621.35.17297929 de 07.12.2022
- 1.98. factura electrónica de venta 621.35.16702288 de 01.10.2022
- 1.99. factura electrónica de venta 621.35.18609945 de 13.05.2023
- 1.100. factura electrónica de venta 621.35.17011246 de 05.11.2022
- 1.101. factura electrónica de venta 621.35.14464780 de 02.02.2022
- 1.102. factura electrónica de venta 621.35.14806736 de 10.03.2022
- 1.103. factura electrónica de venta 621.35.15055830 de 06.04.2022
- 1.104. factura electrónica de venta 621.35.16350466 de 24.08.2022



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.105. factura electrónica de venta 621.35.16472878 de 07.09.2022
- 1.106. factura electrónica de venta 621.35.14240299 de 08.01.2022
- 1.107. factura electrónica de venta 621.35.15923535 de 09.07.2022
- 1.108. factura electrónica de venta 621.35.17233810 de 30.11.2022
- 1.109. factura electrónica de venta 621.35.14706430 de 28.02.2022
- 1.110. factura electrónica de venta 621.35.14762017 de 05.03.2022
- 1.111. factura electrónica de venta 621.35.15341253 de 07.05.2022
- 1.112. factura electrónica de venta 621.35.15081401 de 08.04.2022
- 1.113. factura electrónica de venta 621.35.17275586 de 05.12.2022
- 1.114. factura electrónica de venta 621.35.16765024 de 08.10.2022
- 1.115. factura electrónica de venta 621.35.16379246 de 27.08.2022
- 1.116. factura electrónica de venta 621.35.14498972 de 05.02.2022
- 1.117. factura electrónica de venta 621.35.17558364 de 12.01.2023
- 1.118. factura electrónica de venta 621.35.17363409 de 14.12.2022
- 1.119. factura electrónica de venta 621.35.16162460 de 04.08.2022
- 1.120. factura electrónica de venta 621.35.17011256 de 05.11.2022
- 1.121. factura electrónica de venta 621.35.15830893 de 29.06.2022
- 1.122. factura electrónica de venta 621.35.15048864 de 06.04.2022
- 1.123. factura electrónica de venta 621.35.15386700 de 12.05.2022
- 1.124. factura electrónica de venta 621.35.15609963 de 04.06.2022
- 1.125. factura electrónica de venta 621.35.14926057 de 23.03.2022
- 1.126. factura electrónica de venta 621.35.14229416 de 07.01.2022
- 1.127. factura electrónica de venta 621.35.14492970 de 05.02.2022
- 1.128. factura electrónica de venta 621.35.14642004 de 21.02.2022
- 1.129. factura electrónica de venta 621.35.14727023 de 02.03.2022
- 1.130. factura electrónica de venta 621.35.14891605 de 19.03.2022
- 1.131. factura electrónica de venta 621.35.15043220 de 05.04.2022
- 1.132. factura electrónica de venta 621.35.15056117 de 06.04.2022
- 1.133. factura electrónica de venta 621.35.15149291 de 18.04.2022
- 1.134. factura electrónica de venta 621.35.15149291 de 18.04.2022
- 1.135. factura electrónica de venta 621.35.15341752 de 07.05.2022
- 1.136. factura electrónica de venta 621.35.15589671 de 02.06.2022
- 1.137. factura electrónica de venta 621.35.15770482 de 22.06.2022
- 1.138. factura electrónica de venta 621.35.15916886 de 09.07.2022
- 1.139. factura electrónica de venta 621.35.15923898 de 09.07.2022
- 1.140. factura electrónica de venta 621.35.16140301 de 02.08.2022
- 1.141. factura electrónica de venta 621.35.16251424 de 13.08.2022
- 1.142. factura electrónica de venta 621.35.16461713 de 06.09.2022
- 1.143. factura electrónica de venta 621.35.16574419 de 17.09.2022
- 1.144. factura electrónica de venta 621.35.16953982 de 29.10.2022
- 1.145. factura electrónica de venta 621.35.17162409 de 22.11.2022
- 1.146. factura electrónica de venta 621.35.17235950 de 30.11.2022
- 1.147. factura electrónica de venta 621.35.17298369 de 07.12.2022
- 1.148. factura electrónica de venta 621.35.17489174 de 04.01.2023
- 1.149. factura electrónica de venta 621.35.18410302 de 20.04.2023
- 1.150. factura electrónica de venta 621.35.20249095 de 21.11.2023
- 1.151. factura electrónica de venta 621.35.19216899 de 24.07.2023
- 1.152. factura electrónica de venta 621.35.18545493 de 06.05.2023
- 1.153. factura electrónica de venta 621.35.18925823 de 20.06.2023
- 1.154. factura electrónica de venta 621.35.19591398 de 05.09.2023
- 1.155. factura electrónica de venta 621.35.19764413 de 25.09.2023
- 1.156. factura electrónica de venta 621.35.20598685 de 09.01.2024
- 1.157. factura electrónica de venta 621.35.20641629 de 15.01.2024
- 1.158. factura electrónica de venta 621.35.20596221 de 09.01.2024



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.159. factura electrónica de venta 621.35.20990678 de 26.02.2024
- 1.160. factura electrónica de venta 621.35.20893384 de 14.02.2024
- 1.161. factura electrónica de venta 621.35.20777494 de 31.01.2024
- 1.162. factura electrónica de venta 621.35.20699882 de 22.01.2024
- 1.163. factura electrónica de venta 621.35.20932425 de 19.02.2024
- 1.164. factura electrónica de venta 621.35.20817404 de 05.02.2024
- 1.165. factura electrónica de venta 621.35.21179533 de 19.03.2024
- 1.166. factura electrónica de venta 621.35.21182874 de 20.03.2024
- 1.167. factura electrónica de venta 621.35.21287700 de 03.04.2024
- 1.168. factura electrónica de venta 621.35.21292329 de 04.04.2024
- 1.169. factura electrónica de venta 621.35.21301845 de 05.04.2024
- 1.170. factura electrónica de venta 621.35.21384329 de 16.04.2024
- 1.171. factura electrónica de venta 621.35.21539007 de 07.05.2024
- 1.172. factura electrónica de venta 621.35.21539562 de 07.05.2024
- 1.173. factura electrónica de venta 621.35.21590576 de 14.05.2024
- 1.174. factura electrónica de venta 621.35.21637351 de 20.05.2024
- 1.175. factura electrónica de venta 621.35.21676966 de 24.05.2024
- 1.176. factura electrónica de venta 621.35.21786505 de 08.06.2024
- 1.177. factura electrónica de venta 621.35.21790209 de 08.06.2024
- 1.178. factura electrónica de venta 621.35.21844506 de 15.06.2024
- 1.179. factura electrónica de venta 621.35.21872151 de 19.06.2024
- 1.180. factura electrónica de venta 621.35.21872215 de 19.06.2024
- 1.181. factura electrónica de venta 621.35.21872261 de 19.06.2024
- 1.182. factura electrónica de venta 621.35.21899053 de 22.06.2024
- 1.183. factura electrónica de venta 621.35.21954262 de 29.06.2024
- 1.184. factura electrónica de venta 621.35.21974342 de 10.07.2024
- 1.185. factura electrónica de venta 621.35.21973479 de 10.07.2024
- 1.186. factura electrónica de venta 621.35.22026786 de 13.07.2024
- 1.187. factura electrónica de venta 621.35.22031067 de 14.07.2024
- 1.188. factura electrónica de venta 621.35.22205256 de 06.08.2024
- 1.189. factura electrónica de venta 621.35.22205265 de 06.08.2024
- 1.190. factura electrónica de venta 621.35.22209857 de 06.08.2024
- 1.191. factura electrónica de venta 621.35.22450274 de 05.09.2024
- 1.192. factura electrónica de venta 621.35.22458598 de 06.09.2024
- 1.193. factura electrónica de venta 621.35.22464231 de 06.09.2024
- 1.194. factura electrónica de venta 621.35.22526721 de 14.09.2024
- 1.195. factura electrónica de venta 621.35.22537053 de 16.09.2024
- 1.196. factura electrónica de venta 621.35.22537089 de 16.09.2024
- 1.197. factura electrónica de venta 621.35.22537157 de 16.09.2024
- 1.198. factura electrónica de venta 621.35.22596370 de 23.09.2024
- 1.199. factura electrónica de venta 621.35.22596375 de 23.09.2024
- 1.200. factura electrónica de venta 621.35.22652124 de 30.09.2024
- 1.201. factura electrónica de venta 621.35.22667290 de 02.10.2024
- 1.202. factura electrónica de venta 621.35.22787707 de 17.10.2024
- 1.203. factura electrónica de venta 621.35.22981722 de 09.11.2024
- 1.204. factura electrónica de venta 621.35.23008967 de 05.12.2024
- 1.205. factura electrónica de venta 621.35.14208766 de 03.01.2022
- 1.206. factura electrónica de venta 621.35.14229064 de 07.01.2022
- 1.207. factura electrónica de venta 621.35.14229416 de 07.01.2022
- 1.208. factura electrónica de venta 621.35.14240299 de 08.01.2022
- 1.209. factura electrónica de venta 621.35.14304884 de 15.01.2022
- 1.210. factura electrónica de venta 621.35.14357185 de 21.01.2022
- 1.211. factura electrónica de venta 621.35.14464780 de 02.02.2022
- 1.212. factura electrónica de venta 621.35.14486616 de 04.02.2022



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

1.213. factura electrónica de venta 621.35.14492970 de 05.02.2022
1.214. factura electrónica de venta 621.35.14498972 de 05.02.2022
1.215. factura electrónica de venta 621.35.14531385 de 09.02.2022
1.216. factura electrónica de venta 621.35.14642004 de 21.02.2022
1.217. factura electrónica de venta 621.35.14706430 de 28.02.2022
1.218. factura electrónica de venta 621.35.14727023 de 02.03.2022
1.219. factura electrónica de venta 621.35.14759865 de 05.03.2022
1.220. factura electrónica de venta 621.35.14762017 de 05.03.2022
1.221. factura electrónica de venta 621.35.14806736 de 10.03.2022
1.222. factura electrónica de venta 621.35.14891605 de 19.03.2022
1.223. factura electrónica de venta 621.35.14896992 de 19.03.2022
1.224. factura electrónica de venta 621.35.14926057 de 23.03.2022
1.225. factura electrónica de venta 621.35.15043220 de 05.04.2022
1.226. factura electrónica de venta 621.35.15048864 de 06.04.2022
1.227. factura electrónica de venta 621.35.15055830 de 06.04.2022
1.228. factura electrónica de venta 621.35.15056117 de 06.04.2022
1.229. factura electrónica de venta 621.35.15081401 de 08.04.2022
1.230. factura electrónica de venta 621.35.15090182 de 09.04.2022
1.231. factura electrónica de venta 621.35.15149291 de 18.04.2022
1.232. factura electrónica de venta 621.35.15240458 de 27.04.2022
1.233. factura electrónica de venta 621.35.15329530 de 06.05.2022
1.234. factura electrónica de venta 621.35.15341140 de 07.05.2022
1.235. factura electrónica de venta 621.35.15341253 de 07.05.2022
1.236. factura electrónica de venta 621.35.15341752 de 07.05.2022
1.237. factura electrónica de venta 621.35.15386700 de 12.05.2022
1.238. factura electrónica de venta 621.35.15589671 de 02.06.2022
1.239. factura electrónica de venta 621.35.15609963 de 04.06.2022
1.240. factura electrónica de venta 621.35.15701591 de 15.06.2022
1.241. factura electrónica de venta 621.35.15707743 de 15.06.2022
1.242. factura electrónica de venta 621.35.15770482 de 22.06.2022
1.243. factura electrónica de venta 621.35.15830893 de 29.06.2022
1.244. factura electrónica de venta 621.35.15873791 de 05.07.2022
1.245. factura electrónica de venta 621.35.15916886 de 09.07.2022
1.246. factura electrónica de venta 621.35.15923535 de 09.07.2022
1.247. factura electrónica de venta 621.35.15923898 de 09.07.2022
1.248. factura electrónica de venta 621.35.15978880 de 15.07.2022
1.249. factura electrónica de venta 621.35.15990829 de 16.07.2022
1.250. factura electrónica de venta 621.35.16087700 de 27.07.2022
1.251. factura electrónica de venta 621.35.16109207 de 29.07.2022
1.252. factura electrónica de venta 621.35.16140037 de 02.08.2022
1.253. factura electrónica de venta 621.35.16140301 de 02.08.2022
1.254. factura electrónica de venta 621.35.16162460 de 04.08.2022
1.255. factura electrónica de venta 621.35.16183954 de 06.08.2022
1.256. factura electrónica de venta 621.35.16184106 de 06.08.2022
1.257. factura electrónica de venta 621.35.16251424 de 13.08.2022
1.258. factura electrónica de venta 621.35.16350466 de 24.08.2022
1.259. factura electrónica de venta 621.35.16379246 de 27.08.2022
1.260. factura electrónica de venta 621.35.16422098 de 01.09.2022
1.261. factura electrónica de venta 621.35.16461713 de 06.09.2022
1.262. factura electrónica de venta 621.35.16472878 de 07.09.2022
1.263. factura electrónica de venta 621.35.16476057 de 07.09.2022
1.264. factura electrónica de venta 621.35.16568619 de 17.09.2022
1.265. factura electrónica de venta 621.35.16574419 de 17.09.2022
1.266. factura electrónica de venta 621.35.16615263 de 22.09.2022

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.267. factura electrónica de venta 621.35.16615537 de 22.09.2022
- 1.268. factura electrónica de venta 621.35.16702288 de 01.10.2022
- 1.269. factura electrónica de venta 621.35.16765024 de 08.10.2022
- 1.270. factura electrónica de venta 621.35.16766333 de 08.10.2022
- 1.271. factura electrónica de venta 621.35.16869579 de 20.10.2022
- 1.272. factura electrónica de venta 621.35.16948066 de 29.10.2022
- 1.273. factura electrónica de venta 621.35.16953982 de 29.10.2022
- 1.274. factura electrónica de venta 621.35.17011246 de 05.11.2022
- 1.275. factura electrónica de venta 621.35.17011256 de 05.11.2022
- 1.276. factura electrónica de venta 621.35.17011398 de 05.11.2022
- 1.277. factura electrónica de venta 621.35.17011416 de 05.11.2022
- 1.278. factura electrónica de venta 621.35.17017251 de 05.11.2022
- 1.279. factura electrónica de venta 621.35.17045511 de 09.11.2022
- 1.280. factura electrónica de venta 621.35.17162409 de 22.11.2022
- 1.281. factura electrónica de venta 621.35.17233810 de 30.11.2022
- 1.282. factura electrónica de venta 621.35.17235950 de 30.11.2022
- 1.283. factura electrónica de venta 621.35.17263897 de 03.12.2022
- 1.284. factura electrónica de venta 621.35.17275586 de 05.12.2022
- 1.285. factura electrónica de venta 621.35.17297929 de 07.12.2022
- 1.286. factura electrónica de venta 621.35.17298369 de 07.12.2022
- 1.287. factura electrónica de venta 621.35.17363409 de 14.12.2022
- 1.288. factura electrónica de venta 621.35.17426190 de 21.12.2022
- 1.289. factura electrónica de venta 621.35.17427209 de 21.12.2022
- 1.290. factura electrónica de venta 621.35.17466844 de 27.12.2022
- 1.291. factura electrónica de venta 621.35.17489174 de 04.01.2023
- 1.292. factura electrónica de venta 621.35.17558364 de 12.01.2023
- 1.293. factura electrónica de venta 621.35.17579396 de 14.01.2023
- 1.294. factura electrónica de venta 621.35.17581508 de 14.01.2023
- 1.295. factura electrónica de venta 621.35.17631140 de 20.01.2023
- 1.296. factura electrónica de venta 621.35.17756362 de 03.02.2023
- 1.297. factura electrónica de venta 621.35.17830880 de 11.02.2023
- 1.298. factura electrónica de venta 621.35.17882444 de 17.02.2023
- 1.299. factura electrónica de venta 621.35.17920588 de 22.02.2023
- 1.300. factura electrónica de venta 621.35.17921140 de 22.02.2023
- 1.301. factura electrónica de venta 621.35.17999597 de 03.03.2023
- 1.302. factura electrónica de venta 621.35.18003035 de 03.03.2023
- 1.303. factura electrónica de venta 621.35.18008900 de 04.03.2023
- 1.304. factura electrónica de venta 621.35.18106700 de 15.03.2023
- 1.305. factura electrónica de venta 621.35.18226163 de 29.03.2023
- 1.306. factura electrónica de venta 621.35.18331049 de 12.04.2023
- 1.307. factura electrónica de venta 621.35.18364356 de 15.04.2023
- 1.308. factura electrónica de venta 621.35.18410302 de 20.04.2023
- 1.309. factura electrónica de venta 621.35.18427708 de 22.04.2023
- 1.310. factura electrónica de venta 621.35.18545493 de 06.05.2023
- 1.311. factura electrónica de venta 621.35.18546244 de 06.05.2023
- 1.312. factura electrónica de venta 621.35.18588356 de 11.05.2023
- 1.313. factura electrónica de venta 621.35.18609945 de 13.05.2023
- 1.314. factura electrónica de venta 621.35.18610859 de 13.05.2023
- 1.315. factura electrónica de venta 621.35.18808666 de 06.06.2023
- 1.316. factura electrónica de venta 621.35.18867624 de 13.06.2023
- 1.317. factura electrónica de venta 621.35.18867962 de 13.06.2023
- 1.318. factura electrónica de venta 621.35.18925823 de 20.06.2023
- 1.319. factura electrónica de venta 621.35.19019846 de 30.06.2023
- 1.320. factura electrónica de venta 621.35.19094475 de 10.07.2023



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.321. factura electrónica de venta 621.35.19096323 de 10.07.2023
- 1.322. factura electrónica de venta 621.35.19151539 de 17.07.2023
- 1.323. factura electrónica de venta 621.35.19216899 de 24.07.2023
- 1.324. factura electrónica de venta 621.35.19448720 de 19.08.2023
- 1.325. factura electrónica de venta 621.35.19456881 de 21.08.2023
- 1.326. factura electrónica de venta 621.35.19459675 de 22.08.2023
- 1.327. factura electrónica de venta 621.35.19465749 de 22.08.2023
- 1.328. factura electrónica de venta 621.35.19466973 de 22.08.2023
- 1.329. factura electrónica de venta 621.35.19517137 de 29.08.2023
- 1.330. factura electrónica de venta 621.35.19591398 de 05.09.2023
- 1.331. factura electrónica de venta 621.35.19619444 de 08.09.2023
- 1.332. factura electrónica de venta 621.35.19628636 de 09.09.2023
- 1.333. factura electrónica de venta 621.35.19764413 de 25.09.2023
- 1.334. factura electrónica de venta 621.35.19835248 de 03.10.2023
- 1.335. factura electrónica de venta 621.35.19856088 de 05.10.2023
- 1.336. factura electrónica de venta 621.35.19859999 de 05.10.2023
- 1.337. factura electrónica de venta 621.35.19867174 de 06.10.2023
- 1.338. factura electrónica de venta 621.35.19886318 de 09.10.2023
- 1.339. Cotización y Presupuesto de Actividades Promocionales – Colombina S.A. – Campaña BBB Barra (Febrero 2023)
- 1.340. Imagen publicitaria del sorteo “Siempre firme con bon bon bum”
- 1.341. Video publicitario de bon bon bum zombie.
- 1.342. RESULTADOS CAMPAÑA MAR-ABR 2024
- 1.343. Plan de Medios Digitales – Colombina S.A. – Campaña Halloween Confitería 3% (Septiembre-Octubre 2024).
- 1.344. Imagen publicitaria con el contenido “¿Qué ES LO QUE MÁS TE SUBE EL BEAT?”
- 1.345. Video publicitario de Bon Bon Bum.
- 1.346. Registro de Publicaciones en Medios – Colombina S.A. – Marca Bon Bon Bum (Febrero-Octubre 2022)
- 1.347. Imagen publicitaria de sundae ft Bon Bon Bum de McDonald
- 1.348. Video publicitario de Bon Bon Bum
- 1.349. Cotización de tarjetas visa prepago tipo Bono regalo.
- 1.350. Documento de Planeación y Presupuesto – Colombina S.A.
- 1.351. Cotización de tarjetas visa prepago tipo Bono regalo.
- 1.352. Imagen de publicidad del sorteo “Siempre Firme con Con Con Bum”
- 1.353. Video publicitario de Bon Bon Bum.
- 1.354. Tarjeta profesional emitida por la Junta Central de Contadores de Manuel Eduardo Ríos Zapata.
- 1.355. Clipping de Publicaciones en Medios – Colombina S.A. – Copa Bon Bon Bum y Edición Especial Karol G (2023)
- 1.356. Imagen de publicidad del sorteo “Siempre Firme con Con Con Bum”
- 1.357. Facturas y campañas y exhibiciones En Bolivia.
- 1.358. Plan de Campaña Promocional – Colombina S.A. – Bon Bon Bum (Junio 2024)
- 1.359. Imagen publicitaria de sundae ft Bon Bon Bum de McDonald
- 1.360. Video publicitario de de sundae ft Bon Bon Bum de McDonald
- 1.361. Documento de Producto y Mercadeo – Colombina S.A. – Bon Bon Bum Lulo Flow (2024)
- 1.362. Imagen publicitaria de Bon Bon Bum héroes.
- 1.362. Video publicitario de Bon Bon Bum power.
- 1.363. Dossier de publicaciones gestionadas Bon Bon Bum
- 1.364. TÉRMINOS Y CONDICIONES ACTIVIDAD: “Mastica y Gana, Gana Mastica”
- 1.365. Video de sorteo Bon Bon Bum y tennis.
- 1.366. Plan de Medios Radiales – Colombina S.A. – Campaña Siempre Firme BBB (Agosto-Septiembre 2024)

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.365. Video de publicitario Bon Bon Bum luloflow.
- 1.366. Plan de Medios Radiales – Colombina S.A. – Campaña Siempre Firme BBB (Agosto 2024)
- 1.367. Certificación de ingresos emitida por el Revisor Fiscal de Colombina S.A. (Deloitte & Touche S.A.S.), con fecha 27 de febrero de 2025
- 1.368. Video publicitario de sorteo “Siempre Firme con Bon Bon Bum”
- 1.369. Declaración juramentada emitida por el representante legal de Colombina S.A., Alfredo Fernández de Soto Saavedra, fechada el 21 de febrero de 2025.
- 1.370. Video publicitario de sorteo “Siempre Firme con Bon Bon Bum”
- 1.371. Certificación de inversión publicitaria emitida por PHD Colombia S.A.S., firmada por su representante legal Carlos Gustavo Botero, con fecha 17 de febrero de 2025.
- 1.372. Video publicitario de sorteo “Siempre Firme con Bon Bon Bum”
- 1.373. Resolución por la cual se autoriza la operación de un Juego Promocional a la COLOMBINA S.A., radicado No.: 202312000216534, expediente número 23000261.
- 1.374. Carta de Confirmación de Acuerdo de Canje – Colombina S.A. y Honda Motocicletas – Promoción Siempre Firme BBB (Junio 2024)”
- 1.375. Formulario oficial de Coljuegos sobre la liquidación y pago de derechos de explotación y gastos de administración de juegos promocionales, correspondiente a Colombina S.A. en julio de 2024.
- 1.376. Imagen que comunica que la campaña “Hola mor ¿me haces un Bon Bon Bum? Att: KAROLG” ganó un EFFIE
- 1.377. Audio publicitario de sundae ft Bon Bon Bum de McDonald
- 1.379. Video publicitario de Bon Bon Bum Uva mix
- 1.380. Video publicitario de Bon Bon Bum Uva mix
- 1.381. Certificación emitida por el Revisor Fiscal de Colombina S.A. (Deloitte & Touche S.A.S.), fechada el 19 de julio de 2023.
- 1.382. Calendario de campañas publicitarias en medio de Click Ad
- 1.383. Audio publicitario de Bon Bon Bum masticable
- 1.384. Solicitud de autorización de juegos promocionales de carácter nacional
- 1.385. Informe financiero interno de Colombina S.A. sobre la marca Bon Bon Bum, con datos de ventas y utilidades en distintos mercados entre 2022 y 2024.
- 1.386. <http://https://www.larepublica.co/empresas/colombina-exporta-bon-bon-bum-a-90-paises-dentro-de-los-que-se-destacan-china-3297573>
- 1.387. <http://http://colombia.ipnoticias.com/landing?cac=L1rKUTdOtWjp6P8PQdooYA%3d%3d&i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhgw%3d%3d&ct=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhgw%3d%3d&c=E3SHDRwjLAZ6oUIBWPvyQA%3d%3d>
- 1.388. <http://https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/bon-bon-bum-sigue-conquistando-el-mundo-y-ahora-se-vendera-en-china/202237/>
- 1.389. <http://https://www.portafolio.co/negocios/empresas/bon-bon-bum-se-vendera-en-china-561350>
- 1.390. <http://https://www.las2orillas.co/bon-bon-bum-conquista-el-mercado-chino/>
- 1.391. <http://https://igomez.blogspot.com/2022/02/colombia-colombina-exporta-bon-bon-bum.html>
- 1.392.

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- <http://http/colombia.ipnoticias.com/landing?cac=CKO3yM%2f9ZpBNyoEaSvj56w%3d%3d&i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhjuw%3d%3d&ct=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhjuw%3d%3d&c=E3SHDRwjLAZ6oUIBWPvyQA%3d%3d>
- 1.393. <http://https/www.opinioncaribe.com/2022/02/07/bon-bon-bum-finalmente-llega-al-mercado-chino/>
- 1.394. <http://https/www.boyacaradio.com/noticia.php?id=40310>
- 1.395. <https://ipshort.ipnoticias.com/tepwc>
- 1.396. <https://ipshort.ipnoticias.com/tepwc>
- 1.397. <https://ipshort.ipnoticias.com/jKGeI>
- 1.398. <https://ipshort.ipnoticias.com/jKGeI>
- 1.399. <https://ipshort.ipnoticias.com/PrkgI>
- 1.400. <https://www.larepublica.co/central-de-agencias/burson-cohn-wolfe>
- 1.401. <https://lavibrante.com/bon-bon-bum-llega-a-las-tarimas-de-artistas-internacionales-en-el-2022/>
- 1.402. <https://www.msn.com/es-co/noticias/otras/bom-bon-bum-le-pondr%C3%A1-su-dulce-al-concierto-de-miley-cyrus/ar-AAVhSYt?ocid=verticals-feeds>
- 1.403. <https://colombia.ipnoticias.com/landing?cac=psdPk7Q6md8SYjuuDrmP9A%3d%3d&i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhjuw%3d%3d&ct=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhjuw%3d%3d&c=91Xhguz3dR9vdl%2bwg3bp8w%3d%3d>
- 1.404. <https://colombia.ipnoticias.com/Landing?i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhjuw%3D%3D&cac=M%2BU6XHCD3758hkOKQrIGqQ%3D%3D&c=eXJNaLclpqa2p9FUVGwd7w%3D%3D&i=es>
- 1.405. [`https://p.eprensa.com/view\\_pdf.php?sid=12469&cid=1006895849`](https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=12469&cid=1006895849)
[(p.eprensa.com in Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D12469%26cid%3D1006895849)
- 1.406. [`https://p.eprensa.com/view\\_pdf.php?sid=12469&cid=1006895825`](https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=12469&cid=1006895825)
[(p.eprensa.com in Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D12469%26cid%3D1006895825)
- 1.407. [`https://cronicadelquindio.com/noticias/deporte/al-nacional-club-santa-rita-campeon-zona-sur-de-la-copa-bon-bon-bum`](https://cronicadelquindio.com/noticias/deporte/al-nacional-club-santa-rita-campeon-zona-sur-de-la-copa-bon-bon-bum)
[(cronicadelquindio.com in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fcronicadelquindio.com%2Fnoticias%2Fdeporte%2Fal-nacional-club-santa-rita-campeon-zona-sur-de-la-copa-bon-bon-bum>)
- 1.408. [`https://primertiempo.co/futbol/en-la-categoria-sub-16-amigos-de-pasacaballos-defendera-a-bolivar-en-la-copa-bon-bum-en-bello`](https://primertiempo.co/futbol/en-la-categoria-sub-16-amigos-de-pasacaballos-defendera-a-bolivar-en-la-copa-bon-bum-en-bello)
[(primertiempo.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fprimertiempo.co%2Ffutbol%2Fen-la-categoria-sub-16-amigos-de-pasacaballos-defendera-a-bolivar-en-la-copa-bon-bum-en-bello>)
- 1.409. [`https://primertiempo.co/futbol/andar-victorioso-de-talentos-cartageneros-en-la-copa-bon-bon-bum-en-bello-antioquia`](https://primertiempo.co/futbol/andar-victorioso-de-talentos-cartageneros-en-la-copa-bon-bon-bum-en-bello-antioquia)
[(primertiempo.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fprimertiempo.co%2Ffutbol%2Fandar-victorioso-de-talentos-cartageneros-en-la-copa-bon-bon-bum-en-bello-antioquia>)
- 1.410. [`https://www.eluniversal.com.co/deportes/bravo-talentos-cartageneros-pisa-firme-y-juega-bonito-en-tierras-paisas-XD8674440`](https://www.eluniversal.com.co/deportes/bravo-talentos-cartageneros-pisa-firme-y-juega-bonito-en-tierras-paisas-XD8674440)
[(eluniversal.com.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.eluniversal.com.co%2Fdeportes%2Fbravo-talentos-cartageneros-pisa-firme-y-juega-bonito-en-tierras-paisas-XD8674440>)

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.eluniversal.com.co%2Fdeportes%2Fbravo-talentos-cartageneros-pisa-firme-y-juega-bonito-en-tierras-paisas-XD8674440>)

1.411. <https://www.eluniversal.com.co/deportes/futbol/talentos-cartageneros-en-la-final-de-la-copa-bon-bon-bum-en-bello-FH8678698> [(eluniversal.com.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.eluniversal.com.co%2Fdeportes%2Ffutbol%2Ftalentos-cartageneros-en-la-final-de-la-copa-bon-bon-bum-en-bello-FH8678698>)

1.412. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=12469&cid=1006895851 [(p.eprensa.com in Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D12469%26cid%3D1006895851)

1.413. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=12469&cid=1006895852 [(p.eprensa.com in Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D12469%26cid%3D1006895852)

1.414. <https://www.eluniversal.com.co/deportes/talentos-cartageneros-subcampeon-de-la-copa-bon-bon-bum-en-bello-YK8682771> [(eluniversal.com.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.eluniversal.com.co%2Fdeportes%2Ftalentos-cartageneros-subcampeon-de-la-copa-bon-bon-bum-en-bello-YK8682771>)

1.415. <https://www.eluniversal.com.co/deportes/se-mueve-la-pelota-naranja-en-el-plus-36-de-baloncesto-DH8687140> [(eluniversal.com.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.eluniversal.com.co%2Fdeportes%2Fse-mueve-la-pelota-naranja-en-el-plus-36-de-baloncesto-DH8687140>)

1.416. <https://www.eluniversal.com.co/deportes/el-companero-de-wilmar-barrios-que-ganara-una-millonada-en-arabia-IK8682974> [(eluniversal.com.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.eluniversal.com.co%2Fdeportes%2Fel-companero-de-wilmar-barrios-que-ganara-una-millonada-en-arabia-IK8682974>)

1.417. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=12469&cid=1006895853 [(p.eprensa.com in Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D12469%26cid%3D1006895853)

1.418. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=12469&cid=1006895854 [(p.eprensa.com in Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D12469%26cid%3D1006895854)

1.419. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=12470&cid=1006895822 [(a.eprensa.com in Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fa.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D12470%26cid%3D1006895822)

1.420. <https://www.areacucuta.com/la-emocion-del-futbol-tambien-llega-a-la-copa-bon-bon-bum-y-linda-caicedo-su-embajadora-continua-inspirando-a-los-participantes/> [(areacucuta.com in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.areacucuta.com%2Fla-emocion-del-futbol-tambien-llega-a-la-copa-bon-bon-bum-y-linda-caicedo-su-embajadora-continua-inspirando-a-los-participantes%2F>)

1.421. <https://zonadeimpacto.co/linda-caicedo-sera-la-imagen-de-la-reconocida-copa-bon-bon-bum> [(zonadeimpacto.co in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fzonadeimpacto.co%2Flinda-caicedo-sera-la-imagen-de-la-reconocida-copa-bon-bon-bum>)

1.422. <https://www.bluradio.com/blu360/pacifico/colombina-entre-las-10-empresas-de-alimentos-mas-sostenibles-del-mundo-rg10> [(bluradio.com in Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.bluradio.com%2Fblu360%2Fpacifico%2Fcolombina-entre-las-10-empresas-de-alimentos-mas-sostenibles-del-mundo-rg10>)

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.bluradio.com%2Fblu360%2Fpacifico%2Fcolombina-entre-las-10-empresas-de-alimentos-mas-sostenibles-del-mundo-rg10>)

1.423. <https://futbolete.com/futboldemarca/la-emocion-del-futbol-tambien-llega-a-la-copa-bon-bon-bum-y-linda-caicedo-su-embajadora-continua-inspirando-a-los-participantes/867146/> [(futbolete.com in

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Ffutbolete.com%2Ffutboldemarca%2Fla-emocion-del-futbol-tambien-llega-a-la-copa-bon-bon-bum-y-linda-caicedo-su-embajadora-continua-inspirando-a-los-participantes%2F867146%2F>)

1.424. <https://www.laopinion.com.co/futbol/norte-de-santander-en-torneo-de-futbol-donde-la-imagen-es-linda-caicedo> [(laopinion.com.co in

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.laopinion.com.co%2Ffutbol%2Fnorte-de-santander-en-torneo-de-futbol-donde-la-imagen-es-linda-caicedo>)

1.425. <https://dxtcapital.com/futbol/la-emocion-del-futbol-tambien-llega-a-la-copa-bon-bon-bum-y-linda-caicedo-su-embajadora-continua-inspirando-a-los-participantes/>

[(dxtcapital.com in

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fdxtcapital.com%2Ffutbol%2Fla-emocion-del-futbol-tambien-llega-a-la-copa-bon-bon-bum-y-linda-caicedo-su-embajadora-continua-inspirando-a-los-participantes%2F>)

1.426. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17701&cid=996793388

[(p.eprensa.com in

Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D17701%26cid%3D996793388)

1.427. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1045776051

[(a.eprensa.com in

Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fa.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D17702%26cid%3D1045776051)

1.428. <https://revistamomentos.co/emocion-a-flor-de-piel-se-acerca-la-recta-final-de-la-copa-bon-bon-bum/> [(revistamomentos.co in

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Frevistamomentos.co%2Femocion-a-flor-de-piel-se-acerca-la-recta-final-de-la-copa-bon-bon-bum%2F>)

1.429. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17701&cid=1048236659

[(p.eprensa.com in

Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D17701%26cid%3D1048236659)

1.430. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1049569150

[(a.eprensa.com in

Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fa.eprensa.com%2Fview_pdf.php%3Fsid%3D17702%26cid%3D1049569150)

1.431. https://fb.watch/nl_bmYfKzP/?mibextid=RUbZ1f [(fb.watch in

Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Ffb.watch%2Fnl_bmYfKzP%2F%3Fmibextid%3DRUbZ1f)

1.432. https://twitter.com/gustavo2424/status/1713594730745921599?t=8Bg_hBbUHcb1d1c4hUO_Pg&s=08

[(twitter.com in

Bing)](https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2Fgustavo2424%2Fstatus%2F1713594730745921599%3Ft%3D8Bg_hBbUHcb1d1c4hUO_Pg%26s%3D08)

1.433. <https://www.youtube.com/watch?v=HfZ6ZSoGq4w> [(youtube.com in

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DHfZ6ZSoGq4w>)

1.434. <https://youtu.be/tDPXV8LXE34> [(youtu.be in

Bing)](<https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fyoutu.be%2FtDPXV8LXE34>)

1.435. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1050035678

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- [(a.eprensa.com in
Bing)](https://www.bing.com/search?q="https%3A%2F%2Fa.eprensa.com%2Fview_pdf.
php%3Fsid%3D17702%26cid%3D1050035678")
1.436. `https://a.eprensa.com/view\_pdf.php?sid=17702&cid=1050358915`
[(a.eprensa.com in
Bing)](https://www.bing.com/search?q="https%3A%2F%2Fa.eprensa.com%2Fview_pdf.
php%3Fsid%3D17702%26cid%3D1050358915")
1.437. `https://www.elblogdelministro.com/2023/10/los-equipos-de-pereira-y-medellin-
se.html` [(elblogdelministro.com in
Bing)](https://www.bing.com/search?q="https%3A%2F%2Fwww.elblogdelministro.com%
2F2023%2F10%2Flos-equipos-de-pereira-y-medellin-se.html")
1.438. `https://a.eprensa.com/view\_pdf.php?sid=17702&cid=1050879969`
[(a.eprensa.com in
Bing)](https://www.bing.com/search?q="https%3A%2F%2Fa.eprensa.com%2Fview_pdf.
php%3Fsid%3D17702%26cid%3D1050879969")
1.439. `https://www.eldiario.com.co/deportes/jega-campeonas-de-la-copa-bon-bon-bum-
femenina` [(eldiario.com.co in
Bing)](https://www.bing.com/search?q="https%3A%2F%2Fwww.eldiario.com.co%2Fdep
ortes%2Fjega-campeonas-de-la-copa-bon-bon-bum-femenina")
1.440. `https://p.eprensa.com/view\_pdf.php?sid=17701&cid=1051969467`
[(p.eprensa.com in
Bing)](https://www.bing.com/search?q="https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.
php%3Fsid%3D17701%26cid%3D1051969467")
1.441. `https://p.eprensa.com/view\_pdf.php?sid=17701&cid=1051922077`
[(p.eprensa.com in
Bing)](https://www.bing.com/search?q="https%3A%2F%2Fp.eprensa.com%2Fview_pdf.
php%3Fsid%3D17701%26cid%3D1051922077")
Listo Gabo, te los enumero desde el **1.442 en adelante**, respetando exactamente tu
formato:
1.442. Lanzan Bon Bon Bum 'Bichota edition' de Karol G: 'Mañana será bonito' - Música
y Libros - Cultura - ELTIEMPO.COM
1.443. Lanzan 'Bon bon bum' de Karol G por el 'Mañana será bonito fest'
1.444. Información en relación a los dos grandes conciertos en la ciudad de Medellín de
Karol G.
1.445. Karol G en Medellín: hora de apertura de puertas del estadio | RCN Radio
1.446. rcnmundo
1.447. Bon Bon Bum lanza edición especial por concierto de Karol G | RCN Radio
1.448. Edición especial de Bon Bon Bum: se vistió de rosa para el Mañana Será Bonito
Fest de Karol G
1.449. elcolombiano
1.450. Las razones que hacen que el Fest de Karol G sea histórico en el país
1.451. Bom Bom Bum tiene presencia oficial en 80 países del mundo
1.452. Preguntas Inútiles // Lanzan edición especial de Bon Bon Bum para Mañana Será
Bonito
1.453. Karol G lanzará edición especial de Bon Bon Bum en el Festival de Mañana Será
Bonito en Medellín
1.454. Karol G en Medellín: dónde ver, recomendaciones y todo lo que tiene que saber
del concierto (noviembre 28)
1.455. Bon Bon Bum deslumbra en el Mañana Será Bonito Fest con edición especial
1.456. Bon Bon Bum presenta su edición especial del Mañana será Bonito Fest, evento
de Karol G
1.457. Portafolio
1.458. portafolioco
1.459. portafolioco

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.460. Concierto de Karol G le dejaría US\$11 millones a Medellín
- 1.461. portafolioco
- 1.462. Bon Bon Bum y su edición especial para el 'Mañana Será Bonito Fest' - Consumidor | Revista P&M
- 1.463. Forbes Colombia
- 1.464. forbescolombia
- 1.465. Con edición especial, la empresa de dulces más grande de Colombia recibirá a Karol G
- 1.466. El 'gana gana' de Karol G con empresas por concierto en Medellín; armó negociazo con todo
- 1.467. Reconocido dulce en Colombia lanza edición especial por concierto de Karol G, ¿ya lo probó?
- 1.468. [Video] El aeropuerto José María Córdova se viste de Karol G
- 1.469. Lanzan 'Bon bon bum' de Karol G por el 'Mañana será bonito fest'
- 1.470. copu____
- 1.471. [Video] El aeropuerto José María Córdova se viste de Karol G
- 1.472. Karol G lanzará edición especial de Bon Bon Bum
- 1.473. Karol G en Medellín: Conozca todos los detalles del evento y lo qué debe evitar llevar al concierto
- 1.474. ultimahoracol_
- 1.475. ultimahoracol
- 1.476. Karol G lanzará edición especial de Bon Bon Bum en el Festival de Mañana Será Bonito en Medellín
- 1.477. vibra_co
- 1.478. ¡Edición especial Bichotabumfest! Karol G pondrá a chupar Bonbonbum a sus fans
- 1.479. Medellín vestido de rosa por el Mañana Será Bonito Fest de Karol G.
- 1.480. ¡Edición especial! Bon Bon Bum lanzará una nueva chupeta con la imagen de Karol G (29/11/2023)
- 1.481. Secciones
- 1.482. ¡Alístese para chupar el Bon Bon Bum de la Bichota! Así será la edición especial de Karol G
- 1.483. "Prepárense para chupar": Karol G revela sorpresa en su concierto en Medellín
- 1.484. Bon Bon Bum y Mañana Será Bonito Fest presentan edición especial «Más Rosa y Triple B»
- 1.485. Karol G en Medellín: revelan el horario en que abren las puertas del Atanasio Girardot
- 1.486. Karol G en Medellín: revelan el horario en que abren las puertas del Atanasio Girardot
- 1.487. El 'gana gana' de Karol G con empresas por concierto en Medellín; armó negociazo con todo
- 1.488. SE PINTARON DE ROSA
- 1.489. El fenómeno "Bichota"
- 1.490. Medellín arranca la temporada de diciembre al son de Karol G, alumbrado y alborada
- 1.491. Medellín al son de Karol G y alborada.
- 1.492. <https://www.areacucuta.com/el-nuevo-bon-bon-bum-de-mora-una-chupeta-coleccionable/>
- 1.493. <http://www.mixnewscolombia.com/2023/10/el-nuevo-bon-bon-bum-de-mora-una.html#more>
- 1.494. <https://portalgeek.co/2023/10/17/nuevo-bon-bon-bum-de-mora-una-chupeta-coleccionable/>
- 1.495. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1050385157
- 1.496. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1050367792
- 1.497. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1050367524

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.498. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1050459723
1.499. https://www.nacionpaisa.com/bon-bon-bum-de-mora-donde-se-puede-conseguir/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=bon-bon-bum-de-mora-donde-se-puede-conseguir&utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=bon-bon-bum-de-mora-donde-se-puede-conseguir
1.500. <https://www.tecnogus.com.co/el-nuevo-bon-bon-bum-de-mora-una-chupeta-coleccionable>
1.501. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1051049616
1.502. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1051050635
1.503. <http://inspirayconecta.blogspot.com/2023/10/el-nuevo-bon-bon-bum-de-mora-una.html>
1.504. <https://www.lafm.com.co/economia/bon-bon-bum-lanza-chupeta-coleccionable-de-que-se-trata>
1.505. https://a.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17702&cid=1050914464
1.506. <https://abceconomia.co/2023/03/22/ahora-es-el-turno-para-la-alianza-entre-bon-bon-bum-y-mcdonalds>
1.507. <https://blogs.portafolio.co/somosibaritas/2023/03/22/planes-y-lanzamientos-gastronomicos-para-esta-temporada/>
1.508. <https://diariodelcauca.com.co/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep/>
1.509. <https://www.diariodelsur.com.co/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep/>
1.510. <https://www.revistaalimentos.com/es/noticias/es-oficial-choco-break-y-bon-bon-bum-unen-sus-sabores-en-un-solo-dulce>
1.511. <https://tsmnoticias.com/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep-gracias-al-sundae-con-salsa-de-la-tradicional-chupeta-roja/>
1.512. <https://inspirayconecta.blogspot.com/2023/03/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el.html>
1.513. <https://lanotalminuto.blogspot.com/2023/03/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el.html>
1.514. <https://occidente.co/empresario/bon-bon-bum-y-mc-donalds-innovan-en-el-fep/>
1.515. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/colombina-registro-ingresos-cercanos-a-tres-billones-de-pesos-en-2022-580272>
1.516. <https://www.tecnogus.com.co/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep-gracias-al-sundae-con-salsa-de-la-tradicional-chupeta-roja>
1.517. <http://m.portafolio.co/tendencias/festival-estereo-picnic-las-marcas-que-estaran-presentes-en-el-evento-580315>
1.518. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17701&cid=899974995
1.519. <https://www.portafolio.co/tendencias/festival-estereo-picnic-las-marcas-que-estaran-presentes-en-el-evento-580315>
1.520. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/bon-bon-bum-y-mcdonald-s-asi-es-el-helado-que-venderan-en-el-estereo-picnic-2023-580290>
1.521. <https://troyanoticias.com/2023/03/23/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep-gracias-al-sundae-con-salsa-de-la-tradicional-chupeta-roja>
1.522. <http://uepaje.com/2023/03/23/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep-gracias-al-sundae-con-salsa-de-la-tradicional-chupeta-roja>
1.523. <https://windou.co/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep-gracias-al-sundae-con-salsa-de-la-tradicional-chupeta-roja>
1.524. <https://intenz.co/2023/03/23/bon-bon-bum-y-mcdonalds-la-rompen-en-el-fep-gracias-al-sundae-con-salsa-de-la-tradicional-chupeta-roja>
1.525. <https://www.kienyke.com/marketing/helado-exclusivo-de-mcdonalds-y-bon-bon-bum-para-el-estereo-picnic>
1.526. <https://www.america-retail.com/colombia/choco-break-relleno-sabor-a-bon-bon-bum-rojo/>
1.527. <https://www.america-retail.com/colombia/alanzas-kelloggs-y-ramo-bon-yurt-y-jumbo/>

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.528. <http://m.portafolio.co/negocios/empresas/marcas-combinacion-de-marcas-la-apuesta-para-impulsar-industria-de-alimentos-580022>
- 1.529. <https://sobremesacom.co/colombina-une-dos-sabores-en-un-solo-mordisco/>
- 1.530. <https://www.kienyke.com/marketing/choco-break-y-bon-bon-bum-unen-sus-sabores>
- 1.531. <https://www.breakinglatest.news/news/the-product-for-which-choco-break-and-bon-bon-bum-joined-forces/>
- 1.532. <https://revistaalimentos.com/es/noticias/es-oficial-choco-break-y-bon-bon-bum-unen-sus-sabores-en-un-solo-dulce>
- 1.533. <https://notasynoticiasenred.com/en-un-solo-mordisco-se-podra-disfrutar-choco-break-relleno-del-delicioso-liquido-rojo-del-bon-bon-bum>
- 1.534. <https://dataifx.com/post/bon-bon-bum-incursiona-en-los-e-sports-con-el-equipo-contra>
- 1.535. <https://www.larepublica.co/empresas/bon-bon-bum-anuncia-patrocinio-a-equipo-colombiano-de-deportes-electronicos-3644738>
- 1.536. <https://portalgeek.co/2023/06/26/bon-bon-bum-incursiona-en-los-e-sports-con-el-equipo-contra/>
- 1.537. <https://www.radartecnologico.com/15418/tecnologia/bon-bon-bum-ingresa-en-los-e-sports-con-el-equipo-contra>
- 1.538. https://p.eprensa.com/view_pdf.php?sid=17701&cid=970349092
- 1.539. <https://www.larepublica.co/caja-fuerte/bon-bon-bum-entra-al-mundo-del-gaming-profesional-3644905>
- 1.540. <https://www.mastekhw.com/noticias/bon-bon-bum-contra-el-nuevo-equipo-de-valorant-en-colombia/>
- 1.541. <https://www.tecnogus.com.co/bon-bon-bum-incursiona-en-los-e-sports-con-el-equipo-contra/>
- 1.542. <https://tintatic.com/el-dulce-sabor-de-contra-estara-en-los-e-sports>

Pruebas rechazadas

La Dirección, rechazará las siguientes pruebas:

- 1.1. Facturas de venta electrónica No. 43AJ 2099
- 1.2. Facturas de venta electrónica No. 50AJ 2499
- 1.3. Facturas de venta electrónica No. 48KJ 47
- 1.4. Facturas de venta electrónica No. 44AJ 3020
- 1.5. Facturas de venta electrónica No 41DJ 2154
- 1.6. Facturas de venta electrónica No 47EJ 1113
- 1.7. Facturas de venta electrónica No 53AJ 1963
- 1.8. Acuerdo de colaboración empresarial entre COLOMBINA S.A. y FABRICA NACIONAL DE AUTOPARTES S.A. FANALCA S.A. del 16 de octubre de 2024.
- 1.9. Solicitud de delegado sorteo actividad promocional “SIEMPRE FIRME CON BON BON BUM”
- 1.10. Resolución por la cual se autoriza la operación de un Juego Promocional a la COLOMBINA S.A., radicado No.: 20242000016014, expediente número 24000153.
- 1.11. Certificado de existencia y representación legal de BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS COLOMBIA SA
- 1.12. Pago prima póliza del ramo de Cumplimiento 000782720000
- 1.15 Acta sorteo “Siempre firme con bon bon bum” del 6 de noviembre de 2024.
- 1.16. Certificado de BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS COLOMBIA SA emitido por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- 1.17. Póliza de seguro de cumplimiento de disposiciones legales emitida por BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS COLOMBIA SA, tomador COLOMBINA S.A.
- 1.18. NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA RESOLUCIÓN NO. 20231200016534 DE

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

04 DE SEPTIEMBRE DE 2023.

- 1.19. Designación de delegado por parte de la Alcaldía de Santiago de Cali.
- 1.20. TÉRMINOS Y CONDICIONES: ACTIVIDAD: “Siempre Firme con Bon Bon Bum”
- 1.364. TÉRMINOS Y CONDICIONES ACTIVIDAD: “Mastica y Gana, Gana Mastica”
- 1.384. Solicitud de autorización de juegos promocionales de carácter nacional
- 1.374. Carta de Confirmación de Acuerdo de Canje – Colombina S.A. y Honda Motocicletas – Promoción Siempre Firme BBB (Junio 2024)”

Tales documentos no guardan relación directa con los criterios establecidos en la Decisión 486 para la acreditación de la notoriedad marcaria. Dichos documentos corresponden a soportes administrativos y operativos de actividades promocionales, los cuales no permiten evidenciar el grado de conocimiento del signo entre los consumidores del sector pertinente ni su posicionamiento en el mercado. Por lo anterior, se consideran pruebas impertinentes e inconducentes para efectos de acreditar la notoriedad alegada, razón por la cual no serán objeto de valoración, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 168 del Código General del Proceso.

Igualmente, serán descartadas las siguientes:

- 1.343. Plan de Medios Digitales – Colombina S.A. – Campaña Halloween Confitería 3% (Septiembre-Octubre 2024).
- 1.350. Documento de Planeación y Presupuesto – Colombina S.A.
- 1.349. Cotización de tarjetas visa prepago tipo Bono regalo.
- 1.351. Cotización de tarjetas visa prepago tipo Bono regalo.
- 1.358. Plan de Campaña Promocional – Colombina S.A. – Bon Bon Bum (Junio 2024)
- 1.366. Plan de Medios Radiales – Colombina S.A. – Campaña Siempre Firme BBB (Agosto-Septiembre 2024)
- 1.371. Certificación de inversión publicitaria emitida por PHD Colombia S.A.S., firmada por su representante legal Carlos Gustavo Botero, con fecha 17 de febrero de 2025.
- 1.381. Certificación emitida por el Revisor Fiscal de Colombina S.A. (Deloitte & Touche S.A.S.), fechada el 19 de julio de 2023.

Lo anterior, en virtud a que corresponden a instrumentos de planeación y proyección de actividades publicitarias, así como a estimaciones de inversión, mas no a la ejecución efectiva de dichas estrategias. De igual manera, el certificado de inversiones en publicidad de PHD Colombia S.A.S., no está suscrito por revisor fiscal. En ese sentido, tales documentos no permiten acreditar la realización de actividades de promoción ni el valor de la inversión efectivamente ejecutada, conforme a los criterios de la Decisión 486. Por lo anterior, se consideran pruebas inconducentes para efectos de acreditar la notoriedad alegada, en los términos del artículo 168 del Código General del Proceso, por lo que no serán objeto de valoración.”

Por su parte, los enlaces electrónicos y referencias de artículos aportados por la sociedad opositora a través de las tablas de artículos de publicaciones del año 2022 y BBB Karol G, no permiten acceder al contenido referenciado:

- 1.386. <http://https://www.larepublica.co/empresas/colombina-exporta-bon-bon-bum-a-90-paises-dentro-de-los-que-se-destacan-china-3297573>
- 1.387. <http://http://colombia.ipnoticias.com/landing?cac=L1rKUTdOtWjp6P8PQdooYA%3d%3d&i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhfw%3d%3d&ct=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhfw%3d%3d&c=E3SHDRwjLAZ6oUIBWPvyQA%3d%3d>

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

UTdOtWjp6P8PQdooYA%3d%3d&i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhJw%3d%3d&ct=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhJw%3d%3d&c=E3SHDRwjLAZ6oUIBWPvyQA%3d%3d)

1.388. <http://https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/bon-bon-bum-sigue-conquistando-el-mundo-y-ahora-se-vendera-en-china/202237/>

1.389. <http://https://www.portafolio.co/negocios/empresas/bon-bon-bum-se-vendera-en-china-561350/>

1.390. <http://https://www.las2orillas.co/bon-bon-bum-conquista-el-mercado-chino/>

1.391. <http://https://igomez.blogspot.com/2022/02/colombia-colombina-exporta-bon-bon-bum.html>

1.392. <http://http://colombia.ipnoticias.com/landing?cac=CKO3yM%2f9ZpBNyoEaSvj56w%3d%3d&i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhJw%3d%3d&ct=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhJw%3d%3d&c=E3SHDRwjLAZ6oUIBWPvyQA%3d%3d>

1.393. <http://https://www.opinioncaribe.com/2022/02/07/bon-bon-bum-finalmente-llega-al-mercado-chino/>

1.394. <http://https://www.boyacaradio.com/noticia.php?id=40310>

1.395. <https://ipshort.ipnoticias.com/tepWC>

1.396. <https://ipshort.ipnoticias.com/tepWC>

1.397. <https://ipshort.ipnoticias.com/jKGel>

1.398. <https://ipshort.ipnoticias.com/jKGel>

1.399. <https://ipshort.ipnoticias.com/PrkgI>

1.400. <https://www.larepublica.co/central-de-agencias/burson-cohn-wolfe>

1.401. <https://lavibrante.com/bon-bon-bum-llega-a-las-tarimas-de-artistas-internacionales-en-el-2022/>

1.402. <https://www.msn.com/es-co/noticias/otras/bom-bon-bum-le-pondr%C3%A1-su-dulce-al-concierto-de-miley-cyrus/ar-AAVhSYt?ocid=verticals-feeds>

1.403. <https://colombia.ipnoticias.com/landing?cac=psdPk7Q6md8SYjuuDrmP9A%3d%3d&i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhJw%3d%3d&ct=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhJw%3d%3d&c=91Xhguz3dR9vdl%2bwg3bp8w%3d%3d>

1.404. <https://colombia.ipnoticias.com/Landing?i=8rjVc38Q1fmQN9n3eazhJw%3D%3D&cac=M%2BU6XHCD3758hkOKQrIGqQ%3D%3D&c=eXJNaLclpqa2p9FUVGwd7w%3D%3D&id i=es>

1.442. Lanza Bon Bon Bum 'Bichota edition' de Karol G: 'Mañana será bonito' - Música y Libros - Cultura - ELTIEMPO.COM

1.443. Lanza 'Bon bon bum' de Karol G por el 'Mañana será bonito fest'

1.444. Información en relación a los dos grandes conciertos en la ciudad de Medellín de Karol G.

1.445. Karol G en Medellín: hora de apertura de puertas del estadio | RCN Radio

1.446. rcnmundo

1.447. Bon Bon Bum lanza edición especial por concierto de Karol G | RCN Radio

1.448. Edición especial de Bon Bon Bum: se vistió de rosa para el Mañana Será Bonito Fest de Karol G

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- 1.449. elcolombiano
- 1.450. Las razones que hacen que el Fest de Karol G sea histórico en el país
- 1.451. Bom Bom Bum tiene presencia oficial en 80 países del mundo
- 1.452. Preguntas Inútiles // Lanzas edición especial de Bon Bon Bum para Mañana Será Bonito
- 1.453. Karol G lanzará edición especial de Bon Bon Bum en el Festival de Mañana Será Bonito en Medellín
- 1.454. Karol G en Medellín: dónde ver, recomendaciones y todo lo que tiene que saber del concierto (noviembre 28)
- 1.455. Bon Bon Bum deslumbra en el Mañana Será Bonito Fest con edición especial
- 1.456. Bon Bon Bum presenta su edición especial del Mañana será Bonito Fest, evento de Karol G
- 1.457. Portafolio
- 1.458. portafolioco
- 1.459. portafolioco
- 1.460. Concierto de Karol G le dejaría US\$11 millones a Medellín
- 1.461. portafolioco
- 1.462. Bon Bon Bum y su edición especial para el 'Mañana Será Bonito Fest' - Consumidor | Revista P&M
- 1.463. Forbes Colombia
- 1.464. forbescolombia
- 1.465. Con edición especial, la empresa de dulces más grande de Colombia recibirá a Karol G
- 1.466. El 'gana gana' de Karol G con empresas por concierto en Medellín; armó negociazo con todo
- 1.467. Reconocido dulce en Colombia lanza edición especial por concierto de Karol G, ¿ya lo probó?
- 1.468. [Video] El aeropuerto José María Córdova se viste de Karol G
- 1.469. Lanzas 'Bon bon bum' de Karol G por el 'Mañana será bonito fest'
- 1.470. copu__
- 1.471. [Video] El aeropuerto José María Córdova se viste de Karol G
- 1.472. Karol G lanzará edición especial de Bon Bon Bum
- 1.473. Karol G en Medellín: Conozca todos los detalles del evento y lo qué debe evitar llevar al concierto
- 1.474. ultimahoracol_
- 1.475. ultimahoracol_
- 1.476. Karol G lanzará edición especial de Bon Bon Bum en el Festival de Mañana Será Bonito en Medellín
- 1.477. vibra_co
- 1.478. ¡Edición especial Bichotabumfest! Karol G pondrá a chupar Bonbonbum a sus fans
- 1.479. Medellín vestido de rosa por el Mañana Será Bonito Fest de Karol G.
- 1.480. ¡Edición especial! Bon Bon Bum lanzará una nueva chupeta con la imagen de Karol G (29/11/2023)
- 1.481. Secciones
- 1.482. ¡Alístese para chupar el Bon Bon Bum de la Bichota! Así será la edición especial de Karol G
- 1.483. "Prepárense para chupar": Karol G revela sorpresa en su concierto en Medellín
- 1.484. Bon Bon Bum y Mañana Será Bonito Fest presentan edición especial «Más Rosa y Triple B»
- 1.485. Karol G en Medellín: revelan el horario en que abren las puertas del Atanasio Girardot
- 1.486. Karol G en Medellín: revelan el horario en que abren las puertas del Atanasio Girardot
- 1.487. El 'gana gana' de Karol G con empresas por concierto en Medellín; armó negociazo

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- con todo
- 1.488. SE PINTARON DE ROSA
- 1.489. El fenómeno “Bichota’
- 1.490. Medellín arranca la temporada de diciembre al son de Karol G, alumbrado y alborada
- 1.491. Medellín al son de Karol G y alborada.

De esta manera, al no ser posible su consulta ni la verificación de su contenido, dichos enlaces no reúnen las condiciones mínimas de conducencia y pertinencia probatoria, razón por la cual no serán objeto de valoración dentro del presente análisis.

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

Previamente, esta Dirección considera necesario delimitar el alcance del análisis del presente asunto. Al respecto, se observa que la sociedad opositora fundamentó su oposición exclusivamente en la existencia de conexidad competitiva con los productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza, sin efectuar alegaciones concretas ni aportar argumentos orientados a demostrar una relación competitiva respecto de otras clases solicitadas. En consecuencia, el examen de registrabilidad se circunscribirá únicamente a la confrontación del signo solicitado frente a los registros marcarios invocados por la opositora en la clase 30.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	BON BON BUM	PIERROT DE ESPAÑA, S.L.	9214431130	7	30	Marca	Registrada	26 mar. 2030
Mixta	BON BON BUM	PIERROT DE ESPAÑA, S.L.	11173084	9	30	Marca	Registrada	28 may. 2032
Mixta	BON BON BUM	PIERROT DE ESPAÑA, S.L.	09090653	9	30	Marca	Registrada	26 feb. 2030
Nominativa	BON BON BUM CAMPEON	PIERROT DE ESPAÑA, S.L.	01096839	7	30	Marca	Registrada	22 jul. 2032
Nominativa	BON BON BUM POWER	PIERROT DE ESPAÑA, S.L.	SD2021/0083906	11	30	Marca	Registrada	07 feb. 2032
Mixta	COLOMBINA BON BON BUM	PIERROT DE ESPAÑA, S.L.	15117061	10	30	Marca	Registrada	28 mar. 2026

Si bien la marca identificada con el expediente No. 15117061 se encuentra vencida desde el 28 de marzo de 2026, lo cierto es que la misma aún se halla dentro del término de gracia previsto para su renovación. En efecto, de conformidad con la normativa aplicable, el titular cuenta con un plazo adicional posterior al vencimiento para solicitar la renovación del registro, durante el cual este conserva sus efectos jurídicos.

En ese sentido, mientras no haya transcurrido dicho periodo sin que se solicite la renovación, la marca mantiene su oponibilidad frente a terceros, razón por la cual será tenida en cuenta en el presente estudio de registrabilidad.

Los signos a comparar son los siguientes:



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

Signo solicitado	Signos opositores
 BOM BON DIVINA COCINA (Mixto)	BON BON BUM (Nominativo)  BON BON BUM (Mixto) BON BON BUM CAMPEON (Nominativo)   BON BON BUM (Mixto) BON BON BUM POWER (Nominativo)  COLOMBINA BON BON BUM (Mixto)

Jurisprudencia

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 ser:

“(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.



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

(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.*
- 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 mercado”.¹⁴

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 registro”.¹⁵

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.

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

¹⁵ Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

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 Andina:¹⁶

- 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 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:

¹⁶ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

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° SD2025/0061524

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.***
- 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 signos.”¹⁹***

Análisis comparativo del signo solicitado frente a las marcas opositoras

El signo solicitado BOM BON DIVINA COCINA (mixto) se encuentra compuesto por un elemento denominativo principal conformado por la expresión “BOM BON”, acompañada de la locución accesoria “DIVINA COCINA”, así como de elementos gráficos que cumplen una función meramente ornamental. En la percepción conjunta del signo, se observa que el elemento que mayor impacto genera en el consumidor es el nominativo “BOM BON”, por su ubicación destacada, mayor tamaño y fuerza visual, razón por la cual este se erige como el elemento preponderante del conjunto marcario.

Por su parte, los signos opositores BON BON BUM (nominativo y mixtos), así como sus variaciones BON BON BUM CAMPEÓN, BON BON BUM POWER y COLOMBINA BON BON BUM (mixto), se estructuran principalmente sobre el elemento denominativo “BON BON BUM”, siendo este el componente que capta la atención del consumidor y cumple la función distintiva esencial. En los signos mixtos, los elementos gráficos no desvirtúan dicha preponderancia, por cuanto actúan como complementos visuales del elemento verbal. En consecuencia, en todos los signos opositores el elemento nominativo “BON BON BUM” resulta igualmente preponderante.

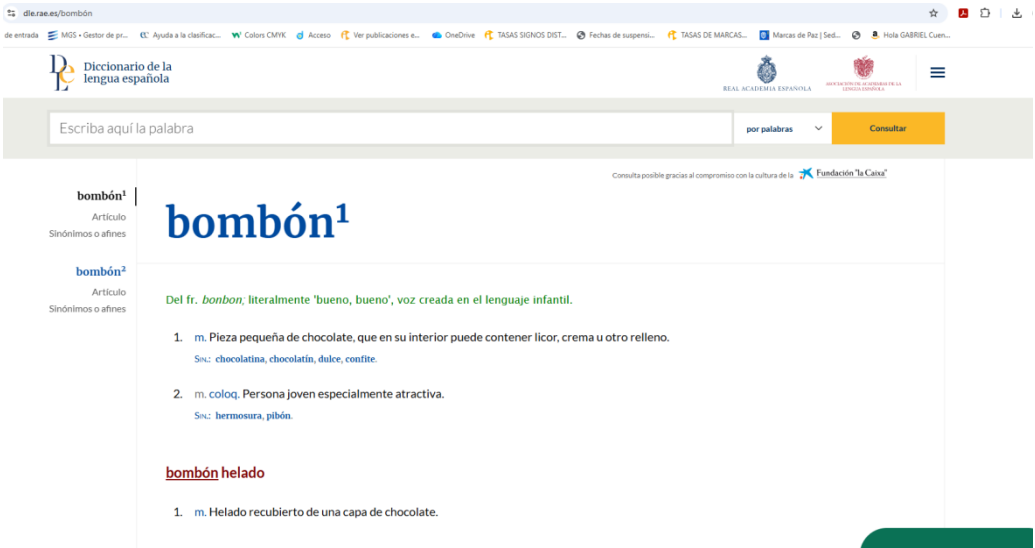
En el presente asunto, a pesar de la similitud entre la partícula BOM BON del signo solicitado y la partícula BON BON de los signos opositores, esta Dirección considera que no se configura un riesgo de confusión o de asociación en el mercado, en atención a la naturaleza del elemento coincidente.

En efecto, la expresión “BON BON” —y su variante “BOM BON”— corresponde a una denominación de uso común en el sector de la clase 30, ampliamente empleada para referirse a productos de confitería, particularmente dulces o chocolates rellenos, tal como se desprende de su significado en el lenguaje corriente²⁰:

¹⁹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

²⁰ <https://dle.rae.es/bomb%C3%B3n>

Ref. Expediente N° SD2025/0061524



En tal sentido, se trata de un término genérico respecto de los productos que distingue y por tanto una expresión de libre uso en el comercio, lo que implica la imposibilidad de ser monopolizada.

Bajo este entendido, la coincidencia en dicha expresión no puede ser considerada como un elemento determinante para estructurar un riesgo de confusión, en la medida en que el consumidor medio se encuentra habituado a su utilización por parte de múltiples operadores económicos dentro del mismo sector. Por el contrario, dicho consumidor tenderá a fijar su atención en otros elementos diferenciadores de los signos enfrentados, los cuales permiten su adecuada individualización en el tráfico mercantil.

En consecuencia, la similitud advertida se encuentra neutralizada por el carácter débil del elemento común, razón por la cual no se analizará la conexidad competitiva, dado que no se configura la confundibilidad.

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

Notoriedad del Signo Distintivo Opositor

La opositora **COLOMBINA S.A.**, alega la notoriedad del siguiente signo:

Signo	Cobertura
 BON BON BUM (Mixto)	Solicita se reconozca la notoriedad de los productos de “ <u>confitería, particularmente chupetas rellenas de chicle</u> ”, de la Clase 30 de la Clasificación de Niza

Pronunciamientos previos:

El signo anteriormente referenciado, ha sido declarado notorio mediante los siguientes pronunciamientos:

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

- A través de la Resolución No. 65192 del 31 de octubre de 2014, emitida dentro del Expediente Administrativo No. 13137972, la Dirección de Signos Distintivos reconoció la notoriedad de la marca BON BON BUM para identificar “chupetas rellenas de chicle”, productos comprendidos en la clase 30 Internacional, para el período de 2008 a 2013.
- En igual sentido mediante Resolución No. 34192 de 2017 del día 13 de junio de 2017, emitida dentro del Expediente Administrativo No. SD2016/0049620 la Dirección extendió la notoriedad del signo BON BON BUM para identificar “chupetas rellenas de chicle”, productos de la clase 30 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre los años 2014 y 2016.
- Así mismo, en actuación proferida dentro del Expediente Administrativa No. SD2019/0010045, mediante Resolución No. 31453 del 30 de julio de 2019, se extiende la notoriedad del signo BON BON BUM para identificar “productos de confitería, particularmente chupetas rellenas de chicle”, productos de la clase 30 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre 2017 y abril de 2019.
- Igualmente, mediante Resolución No. 28080 del día 10 de mayo de 2021, proferida en el expediente No. SD2020/0014232, se extendió la notoriedad del signo BON BON BUM (Mixto) para identificar “productos de confitería, particularmente chupetas rellenas de chicle”, productos de la clase 30 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre mayo de 2019 hasta abril de 2020.
- Por su parte, mediante Resolución No. 15379 del día 28 de marzo de 2022, proferida en el expediente No. SD2020/0048391, se extendió la notoriedad del signo BON BON BUM (Mixto) para identificar “productos de confitería, particularmente chupetas rellenas de chicle”, productos de la clase 30 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre mayo de 2020 hasta febrero de 2021.
- Finalmente, mediante Resolución No. 57668 del 27 de septiembre de 2024, proferida en el expediente No. SD2022/0109308, se extendió la notoriedad del signo BON BON BUM (Mixto) para identificar “productos de confitería, particularmente chupetas rellenas de chicle”, productos de la clase 30 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre febrero de 2021 y octubre de 2022.

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 probar³⁶; 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

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

constatar que conforme al numeral 1.1.2.2.7 del Capítulo Primero del Título X de la Circular Única, modificado por la Resolución No. 3676 del 7 de febrero de 2025, emitida por esta Superintendencia, cuya vigencia inició el 7 de febrero de 2025, la opositora **COLOMBINA S.A.**, 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).

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.

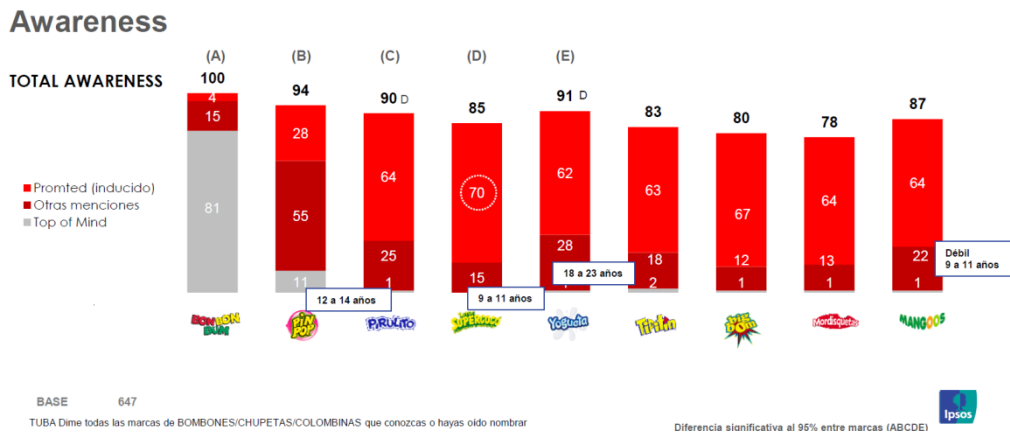
En este caso el sector pertinente para la marca **“BON BON BUM”** (Mixta), está comprendido por todas aquellas personas jurídicas y naturales que hacen parte del sector de productos de confitería, particularmente chupetas rellenas de chicle, actividades que abarca la clase 30 del nomenclátor internacional.

Lo anterior, acorde con lo indicado en el estudio de mercado denominado “SALUD DE MARCA Colombina – BON BON BUM, julio de 2023”, elaborado por Ipsos, aportado por la sociedad opositora, donde se observa que el mismo contiene información sobre el comportamiento del consumidor dentro de la categoría de bombones. En este sentido, dicho documento resulta idóneo para identificar el sector pertinente en los términos del artículo 230 literal a) de la Decisión 486, en tanto se encuentra referido a los consumidores reales o potenciales de los productos que distingue el signo.



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

Ref. Expediente N° SD2025/0061524



Ahora bien, el enfoque de este documento está orientado al análisis comparativo de las estrategias publicitarias de la marca frente a sus competidores, pero no acredita el grado de conocimiento del signo en el mercado. De manera que, dicho estudio no resulta idóneo para acreditar el grado de conocimiento de la marca en el sector pertinente.

De otra parte, en relación con los informes denominados “Medición organoléptica – Prueba de producto, prototipos BON BON BUM, Colombia, abril de 2022” y “Medición organoléptica – Prueba de producto, prototipos BON BON BUM, Colombia, marzo de 2023”, se observa que los mismos tienen como finalidad evaluar la percepción del consumidor frente a distintos atributos del producto con la marca BON BON BUM.

Estos estudios, corresponden a evaluaciones cuantitativas dirigidas a medir la percepción del consumidor frente a características sensoriales del producto, tales como sabor, aroma, color, nivel de dulzor, acidez, intención de compra y aceptación de distintos prototipos, a partir de muestras específicas de consumidores dentro de un segmento determinado del mercado. Sin embargo, no se encuentran orientados a demostrar el grado de conocimiento del signo distintivo en el mercado, ni permiten establecer la existencia de un reconocimiento calificado de la marca en el sector pertinente.

Puntos Claves

- Los prototipos evaluados obtiene calificaciones favorables en cuanto variables determinantes como la calificación general, la intención de compra y el sabor, donde se presentan calificaciones de TTB superiores al 80% cumpliendo con los estándares esperados.
- Oportunidad de mejora principalmente en la novedad del producto donde el indicador presenta calificaciones por debajo de 53% a nivel general y que continua siendo un reto para la marca.
- A nivel de otros indicadores con potencial mejora, el aroma se presenta como la principal debilidad del producto ácido, siendo percibido como artificial y molesto y un elemento clave a considerar.
- La calificación de los nombres fue favorable. Para el prototipo “Frutiverso” el nombre favorito fue “Frutiverso”. En cuanto al prototipo “Ácido”, el nombre ganador fue “Reto ácido”.
- La comparación con el bombón con chicle preferido se concentra en proporciones de igual o mejor en todos los prototipos. Nivel de NPS presenta calificaciones superiores al 40%, “Power” con una calificación superior en NPS.
- El gusto por la bolsa presenta calificaciones favorables en los prototipos “Frutiverso” y “Ácido”.
- En cuanto al prototipo “Power” Ambas opciones de empaque fueron evaluadas favorablemente sin embargo resulta favorita la opción 2. Las bolsa cuentas con calificaciones positivas, dejando como primera elección la opción 2.
- El concepto presenta calificaciones favorables en cuanto al gusto por la idea ,la afinidad que este tiene con el producto probado y la intención de compra. Sin embargo la novedad del mismo muestra indicadores discretos sin superar el 65%.



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

OCL

Puntos Claves

Prueba de producto

- Prototipos presentan indicadores favorables en sus variables determinantes. Uchuva y Arazá superan en la mayoría de variables a la muestra Cranberry, siendo este el más débil de los prototipos. Uchuva, con fortaleza en novedad e igualdad en términos estadísticos para el conjunto de variables restantes vs. Arazá, salvo en nivel de ácido.
- En términos de preferencia vs su favorito, la muestra de Uchuva también se destaca y obtiene las mejores calificaciones, siendo superior en un 55% de las oportunidades, y obteniendo el 62,3% de promotores y un NPS de 51,3%, siendo respaldado como prototipo por vía de la novedad, con las demás variables organolépticas satisfactorias.
- En segundo lugar se ubica un Arazá, que en términos generales obtiene positivas calificaciones, siendo la novedad la que lo aleja del primer lugar.
- El prototipo de Cranberry, no muestra valores destacados, su similitud con los actuales de mercado, la asociación con un sabor a fresa suave y frutos rojos no genera motivaciones importantes en los encuestados.

Concepto y exploración

- Elementos favorecen a Night, con distancia considerable de las demás ideas, predominando los elementos vinculantes de sentimientos positivos. Frutiverso pareciera dividirse en una vertiente que asocia la creación en el metaverso y otra que apunta a un universo frutal poco atractivo (el frutiverso visto como “el universo de las frutas”?) – positivo, el llamado a creación y personalización, aunque quizás poco accionable, mientras que Euforia presenta reto en claridad y foco.

En relación con el artículo el titulado “Bon Bon Bum se consolida en China y ya llega a más de 90 países”, publicado por Forbes Colombia el 3 de febrero de 2022, se observa que el mismo hace referencia a la expansión internacional de la marca BON BON BUM y a la presencia de la marca en diversos mercados, incluyendo su ingreso a países como China.

En este sentido, si bien tales afirmaciones permiten evidenciar el alcance geográfico de la explotación comercial del signo, lo cierto es que no aportan elementos objetivos que permitan establecer el grado de conocimiento de la marca en el sector pertinente. Por lo que, para la Dirección, no resulta suficiente para acreditar el grado de conocimiento del signo en el sector pertinente.

Bon Bon Bum se consolida en China y ya llega a más de 90 países

Forbes Staff | febrero 3, 2022 @ 9:39:52 am

Así mismo, según estudios de mercado, la marca ya es líder en el segmento en países como Colombia, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Bolivia, Chile, Venezuela, Jamaica, Rep. Democrática del Congo, Angola, Costa de Marfil, Guinea y Gabón, entre otros.

En ese orden de ideas, y conforme a lo analizado, si bien con las pruebas aportadas fue posible identificar el sector pertinente, lo cierto es que no se logró acreditar el grado de conocimiento del signo distintivo dentro de dicho sector. En últimas, esta Oficina concluye que no se encuentra demostrado el presupuesto previsto en el literal a) del artículo 228 de la Decisión 486.

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 el caso concreto, sobre la declaración juramentada rendida por el señor Alfredo

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

Fernández de Soto Saavedra, en su calidad de Gerente General y Representante Legal de COLOMBINA S.A., es preciso indicar que tal declaración constituye una declaración de parte que, a su vez, se erige como un indicio del conocimiento generalizado de la marca cuya notoriedad se pretende acreditar. 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 parte”*²³. 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, no obstante lo anterior, al plenario fue allegados otros medios de prueba que respaldan la prueba en mención como se procede a estudiar.

De conformidad con el documento exhibiciones, extra contenido Bon Bon Bum, plan promocional, distribución, cajas día del niño, en Guayaquil, Quito, Riobamba, entre otras ciudades, se observa que el mismo da cuenta de la utilización del signo BON BON BUM a través de establecimientos de comercio, así como el uso en elementos de publicidad y mobiliario de punto de venta, en periodos comprendidos entre mayo y junio de 2024 y el primer trimestre de 2025.

En este sentido, la prueba permite evidenciar la utilización efectiva del signo en el mercado dentro de un país miembro de la Comunidad Andina, así como su presencia en distintos canales de comercialización, lo que acredita su duración y amplitud, esta última en tanto el plan promocional identifica los destinatarios de los productos. De forma que, dicha prueba resulta relevante para efectos de lo dispuesto en el literal b) del artículo 228 de la Decisión 486.



En relación con el documento denominado “PLAN DIGITAL CB100 – PLAN DE MEDIOS

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° SD2025/0061524

19 Agos – 20 Oct”, se observa que el mismo hace referencia a una estrategia de promoción del signo en medios digitales, indicando aspectos como audiencias, canales, alcance e inversión. No obstante, si bien el documento alude a la amplitud de la campaña, lo cierto es que no precisa el año de ejecución de la misma, limitándose a indicar un periodo comprendido entre agosto y octubre, lo que impide determinar con claridad la duración temporal de la actividad promocional.

Así, la prueba no resulta suficiente para acreditar el presupuesto previsto en el literal c) del artículo 228 de la Decisión 486, relativo a la promoción del signo, en la medida en que no permite establecer de manera cierta el periodo en el cual se desarrolló la campaña.



En cuanto al informe de los resultados campaña MAR-ABR 2024, corresponde a los resultados de la campaña “Bon Bon Bum Lulo Flow”. El mismo, permite acreditar la ejecución de una estrategia publicitaria desarrollada entre los meses de marzo y abril de 2024, lo cual da cuenta de la duración de la promoción del signo. Asimismo, contiene métricas de alcance e impacto, tales como número de impresiones, visualizaciones y usuarios alcanzados, así como su ejecución en diversas ciudades del territorio nacional, entre ellas Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira e Ibagué, lo que permite evidenciar la amplitud y extensión geográfica de la promoción.

En tal sentido, esta prueba resulta pertinente y conducente para efectos de acreditar el criterio previsto en el literal c) del artículo 228 de la Decisión 486, razón por la cual será valorada dentro del análisis de notoriedad.



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

Redención 20%OFF BON BON BUM			
Tienda	Redenciones		Ventas
M ETRO SAN ANTONIO	83	\$	12.870.200
TENNISARKADIA	17	\$	5.473.600
FRANQUICIA TENNISJAMUNDI	18	\$	4.242.500
PRIM AVERA URBANA	12	\$	1.809.400
CENTRO MAYOR	7	\$	2.574.100
SANTA FE 1	4	\$	631.100
UNIC ENTRO M EDELLIN	1	\$	727.500

Sobre el material publicitario aportado, consistente en imágenes, audios, videos y demás piezas promocionales del signo, la Dirección advierte que, si bien este tipo de material da cuenta de las actividades publicitarias desarrolladas no permite acreditar el grado de conocimiento del signo entre los consumidores del sector pertinente, ni su posicionamiento en el mercado, en tanto no aporta información sobre el alcance, frecuencia, cobertura o impacto de las campañas publicitarias, por lo que el alcance resulta limitado.



Por su parte, los artículos aportados, en particular el titulado “Bom Bon Bum le pondrá ‘su dulce’ al concierto de Miley Cyrus”, publicado el 21 de marzo de 2022, así como el artículo “Bon Bon Bum llega a las tarimas de artistas internacionales en el 2022”, se observa que los mismos hacen referencia a la participación de la marca BON BON BUM como patrocinadora en eventos musicales, específicamente en el concierto de la artista Miley Cyrus, así como a estrategias promocionales asociadas a dicho evento, tales como el lanzamiento de productos y la entrega de entradas mediante concursos.

Tales referencias permiten evidenciar la promoción del signo en actividades de patrocinio, lo que resulta relevante para efectos de lo dispuesto en el literal c) del artículo 228 de la Decisión 486, en cuanto a la difusión del signo en el mercado.

Bon Bon Bum llega a las tarimas de artistas internacionales en el 2022

BY: NAGANICOL - IN: TEINTERESA - 0 COMENTARIOS

Bom Bon Bum le pondrá 'su dulce' al concierto de Miley Cyrus

Marca vallecaucana le apunta a la reactivación económica a partir del patrocinio de grandes eventos.



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

Conforme a lo expuesto, las pruebas referidas acreditan la duración, amplitud y extensión del uso de la marca en el mercado, en los términos del literal b) del artículo 228 de la Decisión 486. Igualmente, demuestran la intensidad y alcance de la promoción del signo, conforme al literal c) de la misma disposición.

3. 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.

Partiendo de ello, se observa que la sociedad opositora allegó una certificación expedida por la contadora de **COLOMBINA S.A**, a través de la cual relaciona las cifras de ingresos por ventas de productos con la marca **BON BON BUM** durante el **4° trimestre de 2022** y los años **2023 y 2024**

De la información allí reportada se puede concluir los cuantiosos ingresos por ventas de productos con la marca **“BON BON BUM”** (Mixta):

Periodo	CAR	Venta COP
4° trimestre 2022	1.241.008	95.005.570.000
2023	5.611.696	406.418.310.000
2024	4.800.411	355.026.270.000
Total	11.653.115	856.450.150.000

En ese sentido, esta Dirección, acepta como veraz y adecuada la certificación de las cifras de ingresos por ventas, emitida por el contador de la sociedad **COLOMBINA S.A**, en cuanto tiene los elementos mínimos para determinar los ingresos por ventas de los productos con la marca **“BON BON BUM”** (Mixta), estos son:

- Identificación del Revisor Fiscal/ contador, y acreditación del cargo.
- Indicación de la fuente de la información.
- Especificación de los ingresos detallados por años, productos de la actividad comercial.

En consecuencia con el anterior análisis de la certificación emitida por el contador **MANUEL EDUARDO RÍOS ZAPATA**, y en concordancia con la Ley 43 de 1990 la cual establece en su artículo 10°, la facultad de los contadores de dar fe pública en los actos propios de su profesión, se evidencia que los ingresos recibidos por las ventas de los productos con la marca **“BON BON BUM”** (Mixta) desde el año 4° trimestre del 2022 al 31 de diciembre de 2024, asciende a más de ochocientos cincuenta y seis mil cuatrocientos cincuenta millones ciento cincuenta mil pesos.

En este sentido, dicha prueba resulta relevante para efectos de lo dispuesto en el literal e) del artículo 228 de la Decisión 486, en cuanto permite evidenciar los ingresos por ventas derivados de la explotación comercial del signo cuya notoriedad se alega. En efecto, los ingresos asociados a una marca son aquellos recursos o utilidades que su titular percibe



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

como consecuencia de su explotación comercial, de modo que, si tales cifras resultan considerables, ello constituye un indicio de la intensidad de uso y posicionamiento del signo en el mercado.

Conclusiones respecto del análisis probatorio:

En ese orden de ideas, y conforme al análisis integral de las pruebas aportadas por la sociedad opositora, esta Dirección advierte que, si bien se logró acreditar la utilización del signo en los términos del literal b) del artículo 228 de la Decisión 486, en cuanto a su duración, amplitud y extensión geográfica dentro de un País Miembro, así como la promoción del signo conforme al literal c) de la misma disposición, particularmente a través de campañas publicitarias como la denominada “Bon Bon Bum Lulo Flow”, y adicionalmente se acreditaron cifras significativas de ingresos derivados de la explotación comercial del signo, en los términos del literal e), lo cierto es que tales elementos no resultan suficientes para demostrar la notoriedad del signo alegado.

Las pruebas aportadas, no permiten establecer el grado de conocimiento del signo en el sector pertinente. La notoriedad requiere acreditar el impacto de tales factores en el público consumidor, esto es, que exista un reconocimiento calificado del signo entre los miembros del sector pertinente.

Sin embargo, en el presente caso, las pruebas aportadas no permiten establecer dicha relación, no se evidencian que los esfuerzos de promoción, ni que la comercialización del signo se haya traducido en un conocimiento especial del signo. Si bien se acreditaron ingresos relevantes por la comercialización de los productos identificados con la marca BON BON BUM, tales cifras no permiten inferir la existencia de un esfuerzo cualificado.

En resumen, ante la ausencia de elementos probatorios suficientes que permitan acreditar la calidad de notorio del signo BON BON BUM (Mixto), esta Dirección concluye que no se encuentra demostrada la notoriedad de la marca BON BON BUM, razón por la cual no resulta procedente efectuar el análisis previsto en el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486.

Sin embargo, nada obsta para que esta Dirección proceda a realizar el análisis previsto en el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486, con fundamento en la notoriedad previamente reconocida al signo hasta octubre de 2022.

De conformidad con lo anterior, se considera palmario resaltar sobre el estatus de notoriedad del signo opositor que, aunque el grado de notoriedad de una marca varíe con el tiempo, es decir que una marca notoria en el pasado puede no serlo en la actualidad, en el presente caso, la fecha de solicitud del signo objeto de análisis se encuentra en un periodo considerablemente cercano al último periodo de declaratoria de notoriedad.

En otras palabras, la solicitud de registro efectuada el 25 de junio de 2025, se realizó a los dos (2) años, siete (7) meses y veinticinco (25) días del periodo hasta el cual fue declarado la notoriedad de la marca “BON BON BUM” (Mixta), es decir, el 31 de octubre de 2022. Partiendo de ello, esta Dirección puede estimar que dicho estatus persiste desde esa fecha y hasta la fecha de presentación de la solicitud, por ende, está Dirección procederá con el análisis convocado por la opositora, siendo improcedente extender los efectos de dicha notoriedad y proceder con el análisis que se desprende a la luz de la causal de irregistrabilidad contemplada en el artículo 136 literal h) de la Decisión 486 de 2000.

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

Análisis comparativo frente a marca notoria “BON BON BUM” (Mixta):

Los signos bajo estudio son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
	

Al comparar la estructura del signo solicitado “BOM BON DIVINA COCINA” (Mixto) con la marca notoria “BON BON BUM” (Mixta), esta Dirección observa que existe una similitud entre los signos enfrentados, derivada de la coincidencia en las expresiones “BOM BON” y “BON BON”. Sin embargo, dicha coincidencia recae sobre un elemento de carácter débil, ampliamente utilizado en el comercio para referirse a productos de confitería, razón por la cual no puede considerarse como un elemento distintivo fuerte susceptible de generar por sí solo un riesgo de confusión o de asociación en el consumidor.

En efecto, la expresión “BON BON”, así como su variante “BOM BON”, corresponde a un término de uso común en el mercado de la clase 30, asociado a dulces, golosinas o productos de chocolate, lo que limita el alcance de protección del signo notorio en relación con dicho componente. En ese sentido, el consumidor medio no atribuirá a esta coincidencia un origen empresarial común, sino que la percibirá como una referencia genérica o evocativa del tipo de producto.

Adicionalmente, el signo solicitado incorpora el elemento “DIVINA COCINA”, el cual introduce una carga distintiva adicional que contribuye a diferenciarlo en su conjunto del signo notorio “BON BON BUM”, generando una impresión global suficientemente distinta desde el punto de vista ortográfico, fonético y conceptual.

En este contexto, esta Dirección considera que, si bien existe una proximidad entre los signos, la misma no es suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación en el consumidor, incluso teniendo en cuenta el carácter notorio del signo opositor, en la medida en que la coincidencia se presenta sobre un elemento débil y de uso común en el mercado.

De igual forma, no se advierte que el uso del signo solicitado sea idóneo para generar un aprovechamiento injusto de la reputación ajena, toda vez que no se evidencia una intención de beneficiarse del prestigio del signo notorio ni de trasladar su fuerza distintiva al signo solicitado. Por el contrario, las diferencias estructurales y la presencia de elementos adicionales permiten descartar que el consumidor establezca un vínculo económico o empresarial entre los titulares de los signos.

Tampoco se configura un riesgo de dilución, en la medida en que la utilización del elemento “BOM BON” dentro del signo solicitado no afecta la capacidad distintiva ni el carácter identificador de la marca notoria “BON BON BUM”, precisamente por tratarse de una expresión de uso extendido en el sector, cuya protección no puede extenderse de manera absoluta.

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

En derivación, esta Dirección concluye que no se configuran los supuestos exigidos por el artículo 136 literal h) de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, razón por la cual no hay lugar a declarar la irregistrabilidad del signo solicitado con fundamento en la notoriedad alegada.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en las causales de irregistrabilidad establecidas 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: NO EXTENDER la notoriedad del signo **BON BON BUM** (Mixta)²⁴ para identificar productos de confitería, particularmente chupetas rellenas de chicle, productos de la clase 30 de la Clasificación de Niza, por las explicaciones previas.

ARTÍCULO 2: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **COLOMBINA S.A.**, respecto de la Clase 30 solicitada.

ARTÍCULO 3: Conceder el registro de la Marca **BOM BON DIVINA COCINA** (Mixta).



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

30: Pastelería; pastelería congelada; pastelería vegana; productos de pastelería; brick [pastelería con rellenos variados]; brik [pastelería con rellenos variados]; empanadillas [productos de pastelería]; galletas de pastelería para hornear; mezclas para la elaboración de pastelerías; mezclas para preparar pastelerías; mezclas para preparar productos de pastelería; porciones de pasteles [productos de pastelería]; productos de pastelería congelados; productos de pastelería danesa; productos de pastelería de chocolate; productos de pastelería franceses; productos de pastelería frescos; productos de pastelería italianos; pan, productos de pastelería y confitería; productos de pastelería a base de almendras; productos de pastelería a base de cremas; productos de pastelería a base de fruta; pastelitos dulces y salados [productos de pastelería]; productos de pastelería a base de cremas y fruta; productos de pastelería a base de verduras y carne;



24



Ref. Expediente N° SD2025/0061524

productos de pastelería a base de verduras y pescado; productos de pastelería a base de verduras y carne de aves; postres de chocolate; pudines [postres]; crema inglesa [postres horneados]; mousses de postre [dulces]; mousses de postre [productos de confitería]; natillas [postres horneados]; postres a base de helado; postres helados con frutas; postres a base de crema inglesa; postres congelados de helado con sabor a fruta; postres congelados de helados cremosos con sabor de frutas.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: **BOMBON DIVINA COCINA SAS**
CRA 9 No. 10 - 47 - Centro
VILLA DE LEYVA BOYACA
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 4: Conceder el registro de la Marca **BOM BON DIVINA COCINA** (Mixta).



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

43: Servicios de restaurante y catering relacionado con la provisión de alimentos y bebidas; servicios de preparación de alimentos y bebidas; hospedaje en hoteles; hospedajes temporales; hospedaje temporal en casas de huéspedes; hospedaje temporal en casas de vacaciones; organización de hospedaje temporal; reserva de hospedajes temporales; servicios de campamentos de vacaciones [hospedaje]; servicios de casas particulares de hospedaje; servicios de hospedaje en hoteles; suministro de información sobre hospedajes temporales, incluidas tarifas, disponibilidad, ubicaciones e instalaciones, reseñas, descripciones e imágenes de propiedades; alojamiento en hoteles; hoteles de resort; reserva de hoteles; servicios de hotel y restaurante; servicios de hotel para clientes preferentes; reservas de habitaciones de hotel u otro tipo de alojamiento temporal por agencias de viajes o intermediarios.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: **BOMBON DIVINA COCINA SAS**
CRA 9 No. 10 - 47 - Centro
VILLA DE LEYVA BOYACA
COLOMBIA

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

ARTÍCULO 5: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

Ref. Expediente N° SD2025/0061524

ARTÍCULO 6: Notificar a **BOMBON DIVINA COCINA SAS**, solicitante del registro, y a **COLOMBINA S.A.**, 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 7: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 23 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS