

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 47281

Ref. Expediente N° SD2025/0111722

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 27 de octubre de 2025, CGL EMPRESAS SPA., solicitó el registro de la Marca KINEWAVE BY KINEGUN (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 10 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

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

¹ 10: Dispositivos médicos.

35: Servicios de venta mayorista de aparatos médicos; servicios de venta minorista de aparatos médicos.

Ref. Expediente N° SD2025/0111722

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con signo previamente solicitado

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Fecha de presentación
Mixta	Krinwave	Shenzhen Krinwave Technology Co., Ltd.	SD2025/0113163	12	10	Marca	Publicada	18/06/2025

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

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

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

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

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0111722

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	El signo previamente solicitado
	

Jurisprudencia

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

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

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el signo solicitado **KINEWAVE BY KINEGUN** y el signo antecedente **KRINWAVE** presentan semejanzas ortográficas y fonéticas significativas, que permiten advertir un riesgo de confusión o de asociación empresarial en el público consumidor, en especial si se considera que el elemento denominativo es el que genera mayor impacto perceptivo en la apreciación global de los signos comparados.

Desde el punto de vista ortográfico, el signo solicitado **KINEWAVE BY KINEGUN** presenta una elevada similitud con el signo antecedente, en la medida en que reproduce la secuencia coincidente de grafemas **K-I-N-W-A-V-E**, que conforma el núcleo distintivo del signo registrado y, en particular, comparte íntegramente la terminación **WAVE**. Asimismo, los prefijos **KINE-** y **KRIN-** evidencian una proximidad gráfica significativa, pues ambos se inician con la letra **K**, incorporan la vocal **I** como eje vocálico y presentan una estructura visual de 4 letras. Esta semejanza formal puede inducir al consumidor a una lectura asociada o a percibir el signo solicitado como una variante gráfica o derivación del signo antecedente.

En el plano fonético, la confundibilidad se ve igualmente acentuada. Los signos **KINEWAVE** y **KRINWAVE** presentan una realización sonora muy próxima, toda vez que comparten la secuencia fonética dominante **/kin/–/krin/ + /wéiv/***, en la que la diferencia entre los fonemas */ki/* y */kri/* resulta sutil y fácilmente imperceptible en una percepción auditiva rápida o imperfecta. La coincidencia plena en el elemento **WAVE**, que se articula de manera idéntica en ambos signos y constituye el segmento de mayor fuerza sonora, fija la impresión auditiva global en el oído del consumidor.

La adición de la expresión **BY KINEGUN** no resulta suficiente para generar una diferenciación efectiva que permita descartar el riesgo de confusión. Por el contrario, la

Ref. Expediente N° SD2025/0111722

utilización de la partícula “BY” que suele emplearse en el ámbito marcario para indicar pertenencia, respaldo o dependencia empresarial, puede conducir al consumidor a interpretar que el signo solicitado corresponde a una línea de producto, sub-marca o denominación derivada del signo antecedente, o que ambos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas.

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

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 10: Dispositivos médicos.

Clase 35: Servicios de venta mayorista de aparatos médicos; servicios de venta minorista de aparatos médicos.

El signo previamente solicitado identifica:

Expediente SD2025/0113163 Clase 10: Aparatos e instrumentos urológicos; aparatos e instrumentos médicos; aparatos oftálmicos; aparatos obstétricos; aparatos e instrumentos veterinarios; aparatos de diagnóstico para uso médico; aparatos e instrumentos dentales; aparatos médicos de ultrasonido; aparatos de ultrasonido para uso veterinario; camas especialmente diseñadas para uso médico; sacaleches; trajes de exoesqueleto robótico con fines médicos; ayudas técnicas de uso médico para caminar; materiales de sutura.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 10 internacional de las marcas confrontadas (Identidad)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos o servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial.

No obstante, Desde el análisis de la conexión competitiva por identidad, se observa que el producto “*dispositivos médicos*” del signo solicitado mantiene una coincidencia directa y plena con los productos amparados por el signo antecedente, consistentes en aparatos e instrumentos urológicos; aparatos e instrumentos médicos; aparatos oftálmicos; aparatos obstétricos; aparatos e instrumentos veterinarios; aparatos de diagnóstico para uso médico; aparatos e instrumentos dentales; y aparatos médicos de ultrasonido.

En efecto, el término “dispositivos médicos” constituye un concepto genérico y comprensivo, dentro del cual se encuentran comprendidos todos los aparatos, instrumentos y equipos destinados al diagnóstico, tratamiento, prevención o monitoreo de condiciones de salud en seres humanos o animales. En tal sentido, los aparatos e instrumentos específicamente enumerados por el signo solicitud no son otra cosa que especies o manifestaciones concretas del género amplio “dispositivos médicos”.

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0111722

Así, se configura una identidad competitiva por relación género–especie, en la medida en que los productos confrontados coinciden en su naturaleza y finalidad por lo que desde la perspectiva del consumidor especializado y del público en general, resulta plenamente razonable asumir que los productos identificados como dispositivos médicos y aquellos consistentes en aparatos e instrumentos médicos específicos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 35 con los productos de la clase 10 internacional de las marcas confrontadas (Razonabilidad)

Desde el criterio de razonabilidad, se advierte la existencia de conexidad competitiva entre los servicios de la clase 35 del signo solicitado “servicios de venta mayorista y minorista de aparatos médicos” y los productos amparados por el signo antecedente en la clase 10, consistentes en aparatos e instrumentos urológicos, médicos, oftálmicos, obstétricos, veterinarios, de diagnóstico, dentales, así como aparatos médicos y veterinarios de ultrasonido.

En efecto, en la realidad del mercado resulta habitual y razonable que un mismo operador económico fabrique, importe, distribuya o comercialice directamente aparatos e instrumentos médicos y, simultáneamente, preste servicios de venta mayorista y minorista de dichos productos bajo una misma marca. Los servicios de comercialización no solo se encuentran estrechamente vinculados a los productos, sino que constituyen el canal natural e indispensable para su colocación en el mercado.

Desde la perspectiva del consumidor, es perfectamente lógico asumir que los servicios de venta de aparatos médicos sean ofrecidos por el mismo empresario que produzca los aparatos e instrumentos médicos específicos identificados por el signo antecedente. Esta relación funcional y comercial genera una clara complementariedad, en la medida en que los servicios de la clase 35 tienen por objeto directo la comercialización de los productos protegidos por la marca previa.

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

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca KINEWAVE BY KINEGUN (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 10 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por CGL EMPRESAS SPA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca KINEWAVE BY KINEGUN (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de

⁵ 10: Dispositivos médicos.

Resolución N° 47281

Ref. Expediente N° SD2025/0111722

Niza⁶, solicitada por CGL EMPRESAS SPA., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 35: Servicios de venta mayorista de aparatos médicos; servicios de venta minorista de aparatos médicos.