

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 99386

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

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 11 de abril de 2025, el señor **JORGE EDWIN BELALCAZAR BERNAL**, solicitó el registro de la Marca **KEIZEN KZEN** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065 del 28 de abril de 2025, el señor **JUAN CAMILO CATAÑO SÁNCHEZ** presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“La marca objeto de oposición reproduce de manera exacta tanto la denominación KEIZEN KZEN como el logotipo gráfico, sin ningún tipo de alteración. Incluso el archivo cargado por el solicitante en la plataforma de la SIC corresponde al mismo archivo gráfico, en formato, proporciones y resolución, utilizado en mi solicitud original. No se trata de una coincidencia, sino de una reproducción directa del diseño previamente presentado ante esta entidad.

El hecho de haber copiado el diseño exacto de un archivo previamente cargado ante la SIC sin vínculo alguno con el solicitante original constituye un indicio grave de comportamiento contrario a la buena fe registral y un intento de aprovechamiento indebido de una marca en proceso de consolidación comercial y artística.

(...) El signo “KEIZEN KZEN” ha sido utilizado de forma continua y pública para identificar mi actividad como artista, DJ y productor musical, generando una identidad diferenciada en redes sociales, eventos y piezas promocionales. Esta exposición pública previa, aunque no consolida aún notoriedad, sí genera asociación comercial evidente, y el intento de registro del signo en otra clase busca claramente aprovechar dicha reputación.

Si bien, la solicitud objetada pertenece a la clase 5 (suplementos alimenticios) y mi solicitud a la clase 41 (servicios de DJ y entretenimiento), debe advertirse que actualmente existe una estrecha relación comercial entre la industria musical y los productos de bienestar, energía y nutrición, especialmente en el contexto de posicionamiento de artistas como marcas personales integrales. Esto puede generar:

☐ *Confusión sobre si los productos alimenticios están patrocinados o desarrollados por el artista.*

☐ *Asociación indebida con la imagen y reputación construida previamente alrededor del signo.*

Más allá de la posibilidad jurídica de que los productos o servicios en cuestión provengan del mismo empresario, en este caso concurre una conexión competitiva razonable entre los productos de la clase 5 (suplementos alimenticios) y los servicios de la clase 41 (entretenimiento y DJ), en la medida en que ambos participan dentro

¹ 5: Suplementos alimenticios.

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

del mismo universo de consumo, dirigido a públicos afines y con estrategias comerciales convergentes.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, el señor **JORGE EDWIN BELALCAZAR BERNAL**, no dio respuesta a la oposición.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

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

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

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

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

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

Pronunciamiento sobre la solicitud de modificación presentada en el expediente SD2025/0040047

El artículo 143 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, señala que: *"El solicitante de un registro de marca podrá pedir que se modifique la solicitud en cualquier momento del trámite. Del mismo modo podrá pedir la corrección de cualquier error material."*

(...) En ningún caso la modificación podrá implicar el cambio de aspectos sustantivos del signo o la ampliación de los productos o servicios señalados inicialmente en la solicitud."

Respecto a esta posibilidad de modificación del signo el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, ha dado alcance a la norma descrita, así:

" I. Los párrafos primero y segundo del Artículo 143 de la Decisión 486 atribuyen al solicitante del registro la potestad de modificar su solicitud en cualquier momento del trámite, ya sea por su propia iniciativa o a sugerencia de la oficina competente al realizar el examen de forma.

II. La modificación de la solicitud, de conformidad con el párrafo tercero de la norma andina antes mencionada, solo procede si no implica cambios sobre aspectos sustantivos del signo o no se amplían los productos o servicios señalados inicialmente en la solicitud. Ello quiere decir que la modificación es procedente en relación con aspectos secundarios o accesorios, o si se limitan productos o servicios en la petición."⁽⁴⁾*Subrayado fuera de texto)*

De acuerdo con lo anterior, las modificaciones a la solicitud de registro son posibles, siempre y cuando se traten de modificaciones sobre asuntos secundarios o accesorios, como pequeñas modificaciones en el signo que no cambien o afecten la oponibilidad, como la reducción a la lista de productos o servicios o las correcciones mecanográficas en el nombre o domicilio.

Finalmente, de conformidad con el numeral 1.2.1.8 del Capítulo Primero del Título X de la Circular Única, no toda modificación a la solicitud que no haya sido tenida en cuenta en la publicación requiere de una nueva publicación, por lo cual, si la misma se refiere a un aspecto no sustancial del signo, que no afecte derechos adquiridos de terceros, no deberá

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.

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial, Proceso 30-IP-2018.

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

publicarse nuevamente.

Ahora bien, hechas las anteriores precisiones, en el presente caso, se determina que la modificación es sustancial. Ello se debe a que se trata de reemplazar la etiqueta provista en el registro, por lo que para el presente examen no se tendrá en cuenta el cambio solicitado.

Signo opositor no registrado, pero presentado antes del solicitante

Antes de dar inicio al análisis comparativo es menester aclarar que si bien el signo opositor no se encuentra registrado, la solicitud de registro de este fue presentada con anterioridad a la presentación de la solicitud objeto de estudio, a ser el 4 de diciembre de 2020, mientras que el solicitante de este registro la presentó el 2 de febrero de 2021, casi dos meses después, por tanto le asiste mejor derecho al opositor que al solicitante; por tanto, se procede a realizar el estudio comparativo en aras de hacer valer la expectativa de derecho del opositor, la cual es anterior a la del solicitante.

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

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Fecha de Radicación
Mixta	Keizen Kzen	Juan Camilo Cataño Sanchez	SD2024/0104182	12	41	Marca	Bajo Examen de Fondo	07 oct. 2024

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	KENZEN	NIKKEN INTERNATIONAL, INC.	07110869	8	5	Marca	Registrada	30 may. 2028

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
	

Antecedente de Oficio
KENZEN



Ref. Expediente N° SD2025/0034118

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.

(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”.⁵

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,

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

(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”.⁶

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

Comparación entre marcas nominativas y mixtas

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:

- 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

⁶ Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

citar, en primer término, la naturaleza 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 (...)"

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en las marcas previamente registradas 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.

Análisis comparativo

El signo solicitado a registro es de naturaleza mixta y se encuentra conformada por la expresión conjunta **KEIZEN KZEN**, acompañada de un diseño de letra particular y una figura de un hexágono con rayas blancas.

Por su parte, la marcas base de oposición es de naturaleza mixta, e incluye la expresión conjunta **KEIZEN KZEN**, acompañada de un diseño de letra particular y una figura de un hexágono con rayas blancas.

En línea con lo anterior, esta Dirección encuentra que los signos enfrentados "**KEIZEN KZEN**" / "**KEIZEN KZEN**", después de un primer impacto general, son susceptibles de crear confusión. En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea se observa que son ortográfica, fonética, conceptual y visualmente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la totalidad del elemento nominativo, así como de los elementos gráficos de la marca previamente solicitada, lo que se aprecia en la sucesión de sílabas, la extensión de los signos y las coincidencias en las raíces o las terminaciones, sin que tenga elementos adicionales le otorguen una mayor diferenciación y le permitan coexistir en el mercado sin causar riesgo de confusión.

Lo anterior, en tanto que, al ser pronunciados generan un impacto sonoro idéntico en razón a la disposición de los fonemas utilizados, lo que implica que el consumidor promedio no tendría la capacidad de distinguir entre uno y otro signo, o bien podría generar que los consumidores creen que están adquiriendo productos y servicios que comparten el mismo origen empresarial, y por ende, las mismas características, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

Finalmente, los signos están conformados en sus elementos gráficos por los mismos elementos figurativos, es decir la figura de un hexágono en la misma posición en la parte superior y la denominación esta escrita en la misma tipografía característica.

Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto de su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Análisis comparativo con marca citada de oficio:

El citada de oficio es de naturaleza nominativa y se encuentra conformada por la expresión **KENZEN**.

Debido a ello, esta Dirección encuentra que los signos enfrentados, después de un primer impacto general, son susceptibles de crear confusión. En efecto, al apreciarlos en conjunto "**KEIZEN KZEN / KENZEN**" se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce casi la totalidad del elemento nominativos de la marca previamente registrada en la misma disposición, esto es "**KENZEN**", coincidiendo en cinco letras: **K-E-Z-E-N**, sin que el reemplazo de la letra "N" por la letra "I", la cual puede pasar desapercibida visualmente en una lectura rápida o distraída, le otorgue mayor diferenciación y le permita coexistir en el mercado sin causar riesgo de confusión.

Lo anterior, en tanto que, al ser pronunciados generan un impacto sonoro casi idéntico en razón a la disposición de los grafemas utilizados **KEIZEN KZEN / KENZEN**, más aún si se toma en cuenta que los consumidores no siempre articulan los signos con precisión absoluta, y menos en escenarios comerciales cotidianos. Ello implica que el consumidor promedio no tendría la capacidad de distinguir entre uno y otro signo, o bien podría generar que los consumidores creen que están adquiriendo productos que comparten el mismo origen empresarial, y por ende, las mismas características, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Por lo tanto y pese a la inclusión de los elementos figurativos, los referidos signos analizados no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto de su procedencia empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 5: Suplementos alimenticios.

Los signos confrontados identifican:

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

Expedientes

Productos o Servicios

SD2024/0104182 **Clase 41:** Alquiler de entretenimiento grabado; alquiler de equipos e instalaciones con fines educativos, de entretenimiento, deportivos y culturales; alquiler de equipos e instalaciones para la educación, el entretenimiento, el deporte y la cultura; alquiler de generadores de espuma de entretenimiento; alquiler de máquinas de entretenimiento; alquiler de máquinas y aparatos de entretenimiento; alquiler de medios de entretenimiento; alquiler de pantallas de visualización para fines de entretenimiento; alquiler de salas de entretenimiento; alquiler de soportes de datos grabados con fines de entretenimiento; celebración de exhibiciones para fines de entretenimiento; consultoría en el ámbito del entretenimiento; dirección de eventos de entretenimiento; dirección de exposiciones en el ámbito del entretenimiento; educación, entretenimiento y actividades deportivas; espectáculos de música en directo; facilitación de entretenimiento a través de podcasts de vídeo en el ámbito de la música; facilitación de entretenimiento en forma de podcasts de vídeo en el ámbito de la música; facilitación de esparcimiento a través de podcasts de vídeo en el ámbito de la música; organización de conciertos de música reggaeton; servicios de producción de espectáculos de entretenimiento en directo; servicios recreativos prestados por artistas del espectáculo.

07110869 **Clase 5:** Complementos y suplementos nutricionales.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y/o servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 5 Internacional solicitada y servicios de la clase 5 Internacional de la marca citada de oficio bajo Exp. 07110869

Identidad: La Dirección observa que dada la identidad de los productos que identifican los signos en conflicto en lo que se refiere a “suplementos nutricionales”, no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

Así entonces, esta Dirección considera innecesario adelantar un análisis profundo en lo que a este punto respecta, saltando a la vista que los productos de los signos cotejados no solo comparten la misma naturaleza y finalidad al satisfacer las mismas necesidades del consumidor, sino que al ser idénticos existe una presunción irrefutable sobre la existencia real de conexidad competitiva entre ellos.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 5 solicitada y servicios de la clase 41 internacional de la marca opositora bajo Exp. SD2024/0104182

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “*La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del*

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

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. (...)”.

En el mercado actual, los suplementos alimenticios suelen estar directamente vinculados con la promoción de estilos de vida saludables, el rendimiento físico y el bienestar general, ámbitos que se encuentran estrechamente relacionados con los servicios de entrenamiento, deporte, recreación y entretenimiento.

Empresas del sector fitness, deportivo o de entretenimiento saludable suelen patrocinar, vender o recomendar suplementos alimenticios, o incluso ofrecerlos como parte de su portafolio comercial. Del mismo modo, es común que marcas dedicadas a la nutrición o suplementos participen activamente en eventos, exhibiciones o producciones de entretenimiento deportivo o musical, lo que incrementa el riesgo de que el consumidor asocie erróneamente el origen empresarial de los productos y servicios confrontados.

Por tanto, desde una perspectiva de mercado, ambos sectores comparten canales de comercialización, públicos objetivos similares y estrategias de marketing convergentes, lo que evidencia una conexidad competitiva indirecta.

En consecuencia, existe entre ellos conexidad competitiva por principio de razonabilidad, tomando en cuenta de que el consumidor, considerando la realidad del mercado, puede asumir de forma razonable que los productos en cuestión provienen del mismo origen empresarial.

En este orden de ideas, la decisión de la administración debe ir de la mano con los intereses de los consumidores y distintos actores en el mercado, pues se debe evitar que el consumidor asocie un mismo origen a un servicio o producto en cabeza de un mismo titular, cuando ello falte a la verdad y, a su vez, frente a los empresarios existe el deber de impedir que un tercero saque provecho sobre la base de la actividad comercial ajena.

Así las cosas, al aplicar la teoría de la interdependencia que, como su nombre lo indica, implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos que distinguen, establecida la similitud entre los signos, el análisis comparativo de los productos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe existir entre los productos, lo cual no se da en el presente caso.

Conclusión

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 Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Rechazar la solicitud de modificación presentada por el señor **JORGE EDWIN BELALCAZAR BERNAL**, consistente en la modificación de la etiqueta aportada en la solicitud de registro.

ARTÍCULO 2: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por el señor **JUAN CAMILO CATAÑO SÁNCHEZ**, en contra de la Clase 5 Internacional.

Ref. Expediente N° SD2025/0034118

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **KEIZEN KZEN** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por el señor **JORGE EDWIN BELALCAZAR BERNAL**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Notificar al señor **JORGE EDWIN BELALCAZAR BERNAL**, solicitante del registro y al señor **JUAN CAMILO CATAÑO SÁNCHEZ** opositor, 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 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 27 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ 5: Suplementos alimenticios.