

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 525

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

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 15 de mayo de 2025, **MIGUEL ANTONIO CAMPOS QUIÑONEZ** y **VICTOR ALFREDO TOLOZA RANGEL**, solicitaron el registro de la Marca **CKANAO2** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1070, **GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.** presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“(…) En el caso concreto, el elemento predominante de las marcas KOL-CANA y KOLKANA es el nominativo, esto es, la expresión “KOL-CANA”/“KOL-KANA” por sí misma. Esto se debe a que, a pesar de que los signos tienen un acompañamiento gráfico, este se compone solo de disposiciones tipográficas. Por su lado, dentro del signo CKANAO2, resalta naturalmente el elemento “KANA” como se evidencia a continuación:

(…)

Aunado a esto, no debe pasarse por alto que el signo solicitado bajo el expediente de referencia, tal y como lo hace en su representación figurativa, incorpora un elemento débil e inapropiable en el marco de los productos de la Clase 32 como lo es “CO2”, que es el compuesto químico del dióxido de carbono, elemento produce las burbujas en las bebidas que lo contienen. Tal como lo ha señalado la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el titular de una marca no puede impedir que las expresiones descriptivas, genéricas y comunes o usuales puedan ser utilizadas por los otros empresarios. Ello significa que su marca es débil porque tiene una fuerza limitada de oposición, ya que las partículas descriptivas, genéricas o de uso común se deben excluir del cotejo de la marca.

En este sentido, al momento de comparar los signos en conflicto, deben excluirse aquellos elementos que carecen distintividad. De tal manera que el cotejo se enfoque únicamente en los elementos que servirán al consumidor para identificar el origen empresarial de los productos que adquieren.

(…)

La expresión “KANA” presenta similitudes ortográficas y fonéticas susceptibles de generar riesgo de confusión y/o asociación con las expresiones “KOL-CANA” y “KOL-KANA” que componen las marcas de mi representada, en especial si se tiene en cuenta que las denominaciones comparten una porción de la disposición de sus letras y también, tienen una gran similitud fonética.

¹ 32: Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

(...)

En el caso concreto, la similitud entre “KANA” y “KOL-CANA”/“KOL-KANA” está dada precisamente por la configuración de las palabras, su longitud y el número de sílabas. Como se ve, la totalidad de los signos comparados incorpora una configuración parecida:

			K	A	N	A
K	O	L	K	A	N	A
k	o	L	C	A	N	A

En este caso, la similitud ortográfica entre los signos implica casi que la identidad entre estos. Como puede verse, la denominación “KANA” es similar con las expresiones KANA y CANA contenidas en las marcas opositoras.

(...)

Conforme con lo anterior, ambas palabras se pronuncian de manera semejante, esto se debe a que la pronunciación de “KANA/CANA”. De esta manera, es evidente que fonéticamente hablando los signos son casi idénticos.

(...)

También, debe tenerse en cuenta que “KOL-CANA” y “KOL-KANA” son marcas de fantasía, esto es, que su significado no evoca los productos que se distinguen ni ninguna de sus propiedades. Es de anotar, que este tipo de marcas tienen un alto grado de distintividad y cuando son registrados, tienen una mayor fuerza de oposición en contra de marcas idénticas o similares.

Considerando que “KOL-CANA” y “KOL-KANA” son denominaciones de fantasía y además expresiones arbitrarias para identificar productos de la Clase 32, su fuerza distintiva es alta. Por ello, esta Superintendencia debe tener en cuenta que permitir el registro de una denominación como “KANA”, ortográfica y fonéticamente similar a “KOL-CANA” y “KOL-KANA”, afectaría la distintividad de las marcas registradas por mi representada respecto de los productos de Clase 32.

(...)

Adicional a las similitudes entre las marcas confrontadas, esta Superintendencia debe tener en cuenta que la marca solicitada pretende identificar productos de la Clase 32, idénticos a los productos de la Clase 32 de las marcas “KOL-CANA” y KOL-KANA”, como se pasa a ver.

(...)

Considerando que se trata de productos idénticos, debe concluirse que los productos son sustituibles entre sí siempre que, se trata de productos de la misma naturaleza, que cumplen el mismo fin, y que, además, estarían identificados con marcas similares.

También, al tratarse de productos de consumo masivo, debe tenerse en cuenta el criterio del consumidor medio. Un consumidor promedio podría elegir entre los productos de marca y los de KOL-CANA y KOL-KANA sin prestar especial atención a las especificaciones de cada producto, pues cumplirían la misma finalidad de fungir como hidratantes. Por lo anterior, existe una clara conexidad competitiva entre los productos considerando que éstos son idénticos y así mismo, sustituibles o intercambiables entre sí teniendo en cuenta el criterio del consumidor medio.



Ref. Expediente N° SD2025/0045440

Lo anterior, sin dejar de lado que también se ven cumplidos los criterios de complementariedad y razonabilidad, pues las cervezas y otras bebidas no alcohólicas de marca se verían complementadas por los refrescos y bebidas de la marca solicitada, mientras que, a su vez, el consumidor podrá concluir razonablemente que los productos provienen del mismo empresario. Por lo anterior, en consideración de la similitud susceptible de inducir al consumidor a riesgo de confusión o asociación entre las marcas KOL-CANA, KOLKANA y , por un lado, y de la conexidad competitiva entre los productos que enlistan, a saber, bebidas idénticas en la Clase 32, respetuosamente solicito a esta Oficina no acceder al registro de la marca solicitada, por estar incurso en la causal de irregistrabilidad del artículo 136 literal a) de la Decisión 486 andina. (...)

Que dentro del término concedido para tal efecto, **MIGUEL ANTONIO CAMPOS QUIÑONEZ** y **VICTOR ALFREDO TOLOZA RANGEL**, dieron respuesta a la oposición argumentando:

“(...) 1. Sobre la presunta similitud ortográfica y fonética

Aunque es cierto que ambos signos comparten cuatro letras comunes ("KANA"), existen diferencias sustanciales:

- *El prefijo de ambas marcas genera una diferencia tanto ortográfica como fonética, la presencia de la letra C inicial y la terminación O2 en la marca CKANAO2 genera una gran diferencia respecto de la ortografía del nombre KOL- KANA y KOL - CANA, así mismo fonéticamente hay diferencia ya que la marca CKANAO2 se pronuncia “CEKANA O DOS” muy distinto a la fonética de la marca “KOL KANA”.*
- *Se evidencia que la marca CKANAO2 tiene un inicio y terminación del nombre de marca totalmente distinto al de la marca KOL-KANA.*
- *La presencia de la letra "C" inicial en CKANAO2, genera un golpe fonético inicial claramente distintivo frente al del prefijo "KOL" inicial de KOL-KANA. La primera letra de una marca tiene un peso relevante en su percepción global, siendo ampliamente reconocido en la doctrina marcaria que la percepción del consumidor está fuertemente influenciada por el impacto inicial de los signos.*
- *Adicionalmente, los signos en su conjunto tienen una pronunciación y entonación distintas, que dificultan la confusión directa o indirecta entre ellos.*

Lo anterior, sin perder de vista que ni siquiera su composición de colores es similar, por un lado, la marca KOL-KANA, que ha sido registrada para diferentes productos, tiene logos a blanco y negro o unicolores, adicional los colores a usar han sido el rojo y el azul, mientras que la marca CKANAO2 está compuesta por el color: NARANJA, BLANCO y AZUL, aparte que hay pluralidad de colores, el diseño gráfico y la tipografía del logo no mantienen una semejanza con la marca opositora, así mismo, la palabra por la cual se alega una similitud no se encuentra en la misma posición, ni en los logos, ni en los nombres de las marcas en cuestión.

(...)

La simple coincidencia parcial de letras no es suficiente para configurar riesgo de confusión, conforme a los principios consagrados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA), lo anterior sin perder de vista que, al ser marcas mixtas deben ser revisadas en su completitud.

2. Sobre la supuesta conexidad competitiva

La oposición carece de sustento jurídico en este aspecto:

- *CKANAO2 es una marca que ofrece sodas refrescantes con sabores preparadas a la carta, si bien los productos que ofrecen ambas marcas son bebidas, hay una gran diferencia entre las mismas, por lo cual, no hay riesgo de confusión en el mercado,*

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

toda vez que esta marca no ofrece productos embotellados, como si es el caso de KOL-KANA.

(...)

• KOL- KANA se encarga de distribuir bebidas embotelladas a almacenes de cadena, supermercados, tiendas, etc. Mientras que CKANAO2 tiene sus puntos de atención al cliente para prepararle sus bebidas al momento de la compra.

(...)

Con lo mencionado anteriormente podemos evidenciar que, aunque ambas marcas se encuentran registradas en la clase 32 de la clasificación internacional de Niza sus diferencias conceptuales son tan fuertes, que no existe un riesgo de confusión en el mercado, toda vez que, la distribución, preparación, empaquetado y público objetivo de ambas marcas, son totalmente distintos.

Sírvase evidenciar que, el público de la marca CKANAO2 y la forma en la que se desarrolla su modelo de negocio no coincide con la marca KOLKANA ni con la marca KOL-CANA.

3. Sobre el riesgo de confusión

La existencia de marcas similares no basta: es necesario que haya riesgo de confusión en el mercado. La falta de conexidad elimina cualquier posibilidad de confusión real o potencial para el consumidor. El consumidor promedio entiende perfectamente la diferencia entre:

- Una bebida refrescante preparada en el momento (CKANAO2), y*
- Una que ha se conserva embotellada para su posterior consumo (KOL-KANA / KOL-CANA). (...)"*

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

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

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

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	KOL-CANA	GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.	SD2016/0020343	10	32	Marca	Registrada
Mixta	KOLCANA	GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.	06046052	8	32	Marca	Registrada
Mixta	KOL-CANA	GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.	SD2023/0120849	12	32	Marca	Registrada
Mixta	KOL-KANA. LA PALABRA ‘AGUA’ SERA EXPLICATIVA.	GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.	95004067	7	32	Marca	Registrada

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 (dentrífico) 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.



Resolución N° 525

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

Mixta	KOLCANA	GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.	9226774032	7	32	Marca	Registrada
Nominativa	YO NO PAGO, PAGA KOL-CANA	GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.	9215392732	7	32	Marca	Registrada

Familia de marcas

El hecho que la sociedad opositora, **GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.**, incluya de forma reiterada la expresión **KOL-CANA**, en signos distintivos de su titularidad, nos hace concluir que estamos en presencia de una familia de marcas. Esta se comprende como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común en un conjunto de productos y servicios con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

La protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un término común, y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo vocablo para productos similares o relacionados, tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos y servicios que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto por la calidad que ya conoce.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

“En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión”⁴.

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial, con el fin de proteger al titular de esta y a los consumidores.

Facultad oficiosa de la Administración

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020



Resolución N° 525

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encontró un registro marcario para ser tenido en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	CANAO	OSWALDO MARTINEZ CHAVERRA	SD2021/0026557	11	33	Marca	Registrada	13 dic. 2031

Los signos por comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 CKANAO2 (Mixto)	 Kol Cana (Mixtos) YO NO PAGO, PAGA KOL-CANA (Nominativo)

El signo solicitado es de naturaleza mixta, contiene la expresión CKANAO2, distribuida en primer lugar a partir de la partícula KANA en grafía gruesa de color naranja, en mayúsculas, seguida de la letra O en grafía gruesa de color blanco, tamaño superior, sobre la cual se observa la letra C en tamaño reducido y en color blanco, en la parte inferior de la misma se observa el número 2 en tamaño reducido y color blanco. Estos elementos sobre un fondo de color azul.

Los signos opositores son de naturaleza mixta y nominativa. Los signos mixtos se caracterizan por contener la expresión KOL-CANA en diferentes grafías, acompañadas de elementos figurativos. El signo nominativo contiene la expresión YO NO PAGO, PAGA KOL-CANA.

Antecedentes
 CANAO (Mixto)



Ref. Expediente N° SD2025/0045440

El signo antecedente contiene la expresión CANAO en grafía delgada, mayúsculas y color verde. Acompañada de un elemento figurativo consistente en una planta en trazos finos en la parte superior del conjunto.

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:

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

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

“(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”.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.

Análisis comparativo frente a los signos opositores KOL-CANA

Teniendo en cuenta los criterios mencionados, esta Dirección determina con respecto a los signos confrontados, que es el elemento nominativo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto con aquellas las que causan un mayor impacto en el consumidor, pues son aquellas que emplea para solicitar en el mercado los productos y servicios distinguidos por dichas marcas.

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al compartir ciertos grafemas que conforman la partícula KANA/CANA, pues, tal como argumenta el opositor dicha partícula ‘CANA’ contenido en el signo solicitado es ortográfica y fonéticamente similar a la partícula ‘KANA’ presente en el signo opositor; sin embargo, los signos confrontados no se conforman exclusivamente de la expresión objeto de la objeción, sino que esta forma parte de la composición de la palabra **CKANAO2** y **KOL-CANA**, por lo que no se puede descomponer el signo para realizar el cotejo; así, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que ambos cuentan con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor.

Es decir, si bien el signo solicitado reproduce parcialmente al signo registrado, en su visión de conjunto no resultan confundible en la medida en que presentan elementos adicionales nominativos y gráficos que permiten su individualización; lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto.

Según las consideraciones antes expuestas, aunque los signos confrontados coinciden en algunas de sus letras, los elementos adicionales nominativos y gráficos que presentan permiten su individualización, por lo que el uso del signo pretendido no es susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a los signos opositores.

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre

⁶ Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

la relación entre los productos identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Análisis comparativo frente al signo antecedente CANAO

Teniendo en cuenta los criterios mencionados, esta Dirección determina con respecto a los signos confrontados, que es el elemento nominativo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto con aquellas las que causan un mayor impacto en el consumidor, pues son aquellas que emplea para solicitar en el mercado los productos y servicios distinguidos por dichas marcas.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo **antecedente**, pues, tal como se puede observar, los signos cotejados comparten elementos gramaticales que derivan en una similitud fonética importante:

CKANAO2 / CANAO / CKANAO2 / CANAO
CKANAO2 / CANAO / CKANAO2 / CANAO
CKANAO2 / CANAO / CKANAO2 / CANAO
CKANAO2 / CANAO / CKANAO2 / CANAO

Como puede observarse, la cadena de consonantes es similar y la secuencia de vocales es idéntica A-A-O. Se aprecia una ligera variación en cuando al fonema C presente al inicio del signo solicitado, y el número 2 presente en la parte final, los cuales incluso en la representación gráfica del signo mixto, se ubican de forma secundaria en dos extremos y en un tamaño reducido frente a los demás elementos, por lo cual, en dicha disposición la impresión del consumidor se centrará en los fonemas K/A/N/A/O, siendo aquellos que ocupan una posición preponderante en el conjunto. De ahí que estos elementos sean una variación que no es suficiente para otorgarle la distintividad extrínseca necesaria para acceder al registro.

Así las cosas, a juicio de esta Dirección, los signos analizados son similarmente confundibles, dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados, ubicados en la misma posición, generando así 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, 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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

32: Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

El signo registrado identifica:

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

Expediente

Productos

SD2021/0026557

(33): Aguardientes; aguardientes [bebidas espirituosas de azúcar de caña]; aguardientes de sidra protegidos por la denominación de origen "calvados"; aguardientes de vino protegidos por la denominación de origen "armagnac"; aguardientes de vino protegidos por la denominación de origen "cognac"; aguardientes protegidos por la denominación de origen "mezcal"; aguardientes protegidos por la denominación de origen "tequila"; aguardientes protegidos por la denominación de origen "tequila" con adición de vitaminas; aguardientes protegidos por la denominación de origen "tequila" con vitaminas; esencias alcohólicas; amargos [licores]; amaro [licores de hierbas]; anís [licor]; bebidas alcohólicas fuertes y licores; bebidas alcohólicas fuertes, bebidas espirituosas y licores; cremas de licor; digestivos [alcoholes y licores]; laojiou [licor chino]; licor de casís; licor de menta; licores; licores a base de café; licores a base de whisky; licores a base de whisky escocés; licores aromatizados [bebidas alcohólicas]; licores aromatizados con extracto de ciruela japonesa; licores aromatizados con extractos de agujas de pino; licores con extractos de hierbas; licores con extractos de serpiente mamushi; licores de café; licores de chocolate; licores de crema; licores de fruta; licores de frutas; licores de hierbas; licores que contienen crema; limoncello [licor de limón]; soju [licor coreano destilado]; wujiapie-jiou [licor chino]..

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 servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Sustituibilidad o intercambiabilidad: El signo solicitado dentro de su cobertura en la clase referenciada comprende productos cervezas. Por su parte, el signo traído de oficio distingue productos como bebidas espirituosas y licores, productos que el consumidor fácilmente puede sustituir o intercambiar para satisfacer una necesidad específica relacionada con su consumo.

De igual forma, pueden tener el mismo uso y aplicación, por lo que su conexidad competitiva es innegable y de ahí la imposibilidad de que estos coexistan en el mercado sin generar un riesgo de confusión al consumidor frente al origen empresarial de sus productos, sujeto que también goza de una protección en sus derechos, tal como fue explicado anteriormente.

Razonabilidad: Vista la cobertura de los signos enfrentados, teniendo en cuenta la especificación de los productos de la clase 32 que identifica la marca solicitada, entre ellas bebidas como “cerveza”, logra vislumbrarse que podrían relacionarse competitivamente con los productos de la 33 identificados por el antecedente al encontrarse en el mismo sector del mercado relacionado con la fabricación o elaboración de bebidas alcohólicas, segmento del mercado que comprende no solo licores destilados sino también dichas bebidas contenidas en la cobertura solicitada.

En virtud de lo anterior, el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de los referidos productos de la clase 32 internacional, fácilmente pueda incursionar en la oferta

Resolución N° 525

Ref. Expediente N° SD2025/0045440

bebidas alcohólicas o espirituosas que, incluso, comparten ciertos canales de comercialización y publicitarios. Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector afín al del antecedente antes mencionado.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conclusión

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.**

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **CKANAO2** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por **MIGUEL ANTONIO CAMPOS QUIÑONEZ**, y **VICTOR ALFREDO TOLOZA RANGEL**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a **MIGUEL ANTONIO CAMPOS QUIÑONEZ**, y **VICTOR ALFREDO TOLOZA RANGEL**, solicitantes del registro y a **GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S.** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 2 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ **32:** Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.