

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 31287

Ref. Expediente N° SD2025/0111568

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, CAROLINA ARIAS JARAMILLO, solicitó el registro de la Marca AWAKEN LIFESTYLE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 18, 25 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1092, 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.

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 tercero<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> 18: Bolsos; bolsos de deporte\*; bolsos de deporte multiuso; bolsos de mano; bolsos multiuso; bolsas, maletas y billeteras de cuero; maletas.

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; camisas deportivas; chaquetas deportivas; mallas deportivas; ropa de deporte; ropa de ejercicio; gorras; gorras para deportes; medias\*; medias de deporte.

30: Café; café molido; café preparado; café tostado en granos; bebidas de café; café en grano sin tostar; café en polvo en bolsitas de filtro; café soluble; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; mezclas de café.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0111568

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 registrada<sup>3</sup>.

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 marca previamente registrada

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

| Tipo  | Signo                    | Titular            | Expediente     | Niza | Clase  | Trámite | Estado     | Vigencia   |
|-------|--------------------------|--------------------|----------------|------|--------|---------|------------|------------|
| Mixta | AIKON AWAKEN YOUR ENERGY | CZ HERMANOS S.A.S. | SD2020/0030929 | 11   | 25, 32 | Marca   | Registrada | 16/10/2030 |

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                                 | La marca registrada                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

•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. (...)".

<sup>3</sup> 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° SD2025/0111568

## Jurisprudencia

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

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

## Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado AWAKEN LIFESTYLE (mixto) y la marca registrada AIKON AWAKEN YOUR ENERGY (mixta), apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado presenta similitudes ortográficas y fonéticas respecto de la marca registrada toda vez que éste contiene la expresión AWAKEN, contenida en la denominación registrada lo que genera un impacto sonoro similar sin que la adición de la palabra LIFESTYLE, sea un cambio suficiente que logre diferenciar los signos confrontados.

En vista de ello, los consumidores podrían creer que el signo solicitado es una variación de la marca registrada cuando en realidad no es así.

Adicionalmente, a pesar que el signo solicitado sea de naturaleza mixta, es evidente que en el conjunto marcario predomina la parte nominativa del signo en especial la expresión AWAKEN por cuanto se trata de una tipografía especial y una imagen con una flor que no es derrotero para diluir la semejanza con la marca antecedente.

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 servicios<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> 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° SD2025/0111568

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**18:** Bolsos; bolsos de deporte\*; bolsos de deporte multiuso; bolsos de mano; bolsos multiuso; bolsas, maletas y billeteras de cuero; maletas.

**25:** Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; camisas deportivas; chaquetas deportivas; mallas deportivas; ropa de deporte; ropa de ejercicio; gorras; gorras para deportes; medias\*; medias de deporte.

**30:** Café; café molido; café preparado; café tostado en granos; bebidas de café; café en grano sin tostar; café en polvo en bolsitas de filtro; café soluble; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; mezclas de café.

El signo previamente registrado identifica:

**Expediente SD2020/0030929 Clase 25:** Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

**Clase 32:** Cervezas\*; bebidas sin alcohol; aguas minerales [bebidas]; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; bebidas enriquecidas con proteínas para deportistas; bebidas energéticas; bebidas isotónicas.

### Relación competitiva de productos en la clase 25 internacional (identidad).

Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar 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, no hay duda de la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos en la clase 25 internacional (identidad), los cuales versan sobre *prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería*, lo que conlleva a que compartan la misma naturaleza y destinación.

Sumado a lo anterior, es de público conocimiento que los productos antes mencionados se ponen al alcance del consumidor mediante los mismos canales publicitarios y de comercialización, persiguiendo idéntica finalidad, hechos que generan mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial.

De igual forma, dada la cobertura de los signos enfrentados y en atención a los criterios de conexidad competitiva establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, especialmente a través de la IP 100 de 2018, considera esta Dirección que en el presente caso se configura el criterio de razonabilidad.

---

**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.

Ref. Expediente N° SD2025/0111568

*“Para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes res criterios sustancias:*

***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 cereza también expende agua embotellada”.*

**Relación competitiva de productos de la clase 18 con productos de la clase 25 internacional:**

En concordancia con lo anterior, se encuentra que hay una relación de conexidad en virtud al criterio de razonabilidad entre los productos identificados por la marca registrada en la clase 25 y los productos pretendidos del signo solicitado en la clase 18.

De acuerdo a la dinámica usual del mercado es normal que un mismo empresario se encargue de la producción en determinada industria de diferentes productos relacionados y por lo tanto, un empresario dedicado a la fabricación de *bolsos; bolsos de deporte\*; bolsos de deporte multiuso; bolsos de mano; bolsos multiuso; bolsas, maletas y billeteras de cuero; maletas*, decida ampliar su esquema de negocio e incursionar en la fabricación de *prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería*.

Esto, como una nueva línea de mercado de su negocio o nuevos productos de su portafolio, razón por la cual se configura la conexidad competitiva por razonabilidad pues son productos que pertenecen a la industria de la moda.

**Relación competitiva de productos de la clase 30 y productos de la clase 32 internacional**

En concordancia con lo anterior, se encuentra que hay una relación de conexidad en virtud al criterio de razonabilidad entre los productos identificados por el signo solicitado en la clase 30 con los productos registrados en la clase 32.

Lo anterior teniendo en cuenta que es altamente posible que el empresario encargado de la fabricación de *café, té y cacao*, también puede dedicarse a la producción de *bebidas sin alcohol; aguas minerales [bebidas]; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; bebidas enriquecidas con proteínas para deportistas; bebidas energéticas; bebidas isotónicas*

Esto, toda vez que se trata de productos pertenecientes a sectores altamente relacionados como lo son el sector de alimento y bebidas por lo que es posible pensar que éstos pueden ser comercializados de forma conjunta por un mismo empresario que amplía su actividad económica y que distribuye sus productos bajo un mismo origen empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones.

Finalmente, teniendo en cuenta la similitud de los signos en cotejo y la conexidad competitiva existente entre éstos es dable afirmar que éstos se comercialicen y publiciten a través de los mismos canales y mismos canales de publicidad.

Ref. Expediente N° SD2025/0111568

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,

### RESUELVE

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca AWAKEN LIFESTYLE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por CAROLINA ARIAS JARAMILLO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Negar el registro de la Marca AWAKEN LIFESTYLE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>6</sup>, solicitada por CAROLINA ARIAS JARAMILLO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO TERCERO:** Negar el registro de la Marca AWAKEN LIFESTYLE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>7</sup>, solicitada por CAROLINA ARIAS JARAMILLO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

**ARTÍCULO QUINTO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

### Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 28 de abril de 2026

<sup>5</sup> 18: Bolsos; bolsos de deporte\*; bolsos de deporte multiuso; bolsos de mano; bolsos multiuso; bolsas, maletas y billeteras de cuero; maletas.

<sup>6</sup> 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; camisas deportivas; chaquetas deportivas; mallas deportivas; ropa de deporte; ropa de ejercicio; gorras; gorras para deportes; medias\*; medias de deporte.

<sup>7</sup> 30: Café; café molido; café preparado; café tostado en granos; bebidas de café; café en grano sin tostar; café en polvo en bolsitas de filtro; café soluble; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; mezclas de café.

Ref. Expediente N° SD2025/0111568



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**