

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 43117

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

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 20 de noviembre de 2025, KAIZEN INTERNACIONAL SAS, solicitó el registro de la Marca K-DAY (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1086, 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 irregistrabilidad 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

¹ **30:** Té verde; té verde instantáneo; cúrcuma*; cúrcuma para uso alimenticio; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; bebidas a base de té; bebidas a base de té con sabor a fruta; bebidas a base de zumo de jengibre en cuanto té de jengibre; bebidas de té; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; café, té, cacao y sucedáneos del café; café, té, cacao y sus sucedáneos; esencias para alimentos, excepto esencias etéricas y aceites esenciales; extractos de té con fines culinarios; hojas de té procesadas; mezclas de té; mezclas para la confección de té; mezclas para la elaboración de té; monodosis de té, llenas; preparaciones a base de té para la confección de bebidas; preparaciones de té de hierbas para la confección de bebidas; sucedáneos del té; sucedáneos del té a base de flores u hojas; sucedáneos del té que no sean para fines medicinales; sucedáneos del té que no sean para uso medicinal; té*; té amarillo; té de jengibre; té instantáneo; té para adelgazar; té para infusiones; té de cola de caballo que no sean para uso médico.

35: Servicios de venta minorista de alimentos; servicios de venta minorista de cacao; servicios de venta minorista de café; servicios de venta minorista de preparaciones para bebidas; servicios de venta minorista de productos de tocador; servicios de venta minorista de productos gourmet; servicios de venta minorista de productos lácteos; servicios de venta minorista de software; servicios de venta minorista de té; servicios de venta minorista y mayorista de aparatos terminales de pago; servicios de venta minorista y mayorista de artículos y equipo de deporte; servicios de venta minorista y mayorista de café, té, cacao y sucedáneos del café; servicios de venta minorista y mayorista de chocolate; servicios de venta minorista y mayorista de computadoras y hardware para computadoras; servicios de venta minorista y mayorista de dispositivos de salvamento, seguridad, protección y señalización, incluidas alarmas y equipos de alerta; servicios de venta minorista y mayorista de dispositivos de visualización; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf] mediante la tecnología de cadena de bloques; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf] mediante la tecnología de blockchain; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft] mediante la tecnología de cadena de bloques; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft] mediante la tecnología de blockchain; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de sonido autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de productos y servicios; suministro de leads de marketing para la industria de la venta mayorista; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de obras de arte digitales autenticadas por tokens no fungibles [nft].

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

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.

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.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

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
Nominativa	K/DA	Riot Games, Inc.	SD2023/0088584	12	3, 9, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 26, 28, 32, 38, 41	Marca	Registrada	01/10/2034

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	K/DA

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados **K-DAY** (Mixta) vs **K/DA** (Mixta) son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado presenta importantes similitudes con el signo previamente registrado.



Ref. Expediente N° SD2025/0120519

De esta forma, al cotejar ambos signos, se evidencia que son ortográfica y visualmente confundibles, toda vez que el signo solicitado incorpora la consonante “K” al inicio e igualmente en el mismo orden incluye la sílaba “DA”, elementos que coinciden con la denominación de la marca previamente registrada, la cual se encuentra conformada por la letra “K” al inicio y por los grafemas “DA” al final. Aunado a lo anterior, las expresiones “K-DAY” y “K/DA” comparten una estructura gramatical altamente similar, al estar compuestas por las mismas consonantes K-D y presentar correspondencia vocálica A-A-Y / A-A, lo cual refuerza la proximidad entre los signos. En consecuencia, al ser percibidos por el consumidor, estos elementos podrían inducir a la errónea creencia de que se trata de una variante denominativa o de una extensión de un mismo origen empresarial.

Aunque el signo solicitado adiciona en su conjunto un diseño estilizado de la grafía y sustituye el carácter (/) por el signo gramatical (-) en su denominación, dichas variaciones se advierten como alteraciones accesorias o secundarias frente a la marca previamente registrada. En efecto, estas modificaciones no resultan suficientes para dotarlo de una aptitud distintiva que permita singularizarlo en el mercado.

Por otra parte, desde el punto de vista fonético, las expresiones en común; “K-DAY” y “K/DA” respectivamente, se pronuncian de manera semejante, por lo tanto, esta similitud fonética dificulta la diferenciación entre los signos en el entorno comercial, especialmente en contextos de comunicación oral.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 30: Té verde; té verde instantáneo; cúrcuma*; cúrcuma para uso alimenticio; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; bebidas a base de té; bebidas a base de té con sabor a fruta; bebidas a base de zumo de jengibre en cuanto té de jengibre; bebidas de té; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; café, té, cacao y sucedáneos del café; café, té, cacao y sus sucedáneos; esencias para alimentos, excepto

⁴ 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° SD2025/0120519

esencias etéricas y aceites esenciales; extractos de té con fines culinarios; hojas de té procesadas; mezclas de té; mezclas para la confección de té; mezclas para la elaboración de té; monodosis de té, llenas; preparaciones a base de té para la confección de bebidas; preparaciones de té de hierbas para la confección de bebidas; sucedáneos del té; sucedáneos del té a base de flores u hojas; sucedáneos del té que no sean para fines medicinales; sucedáneos del té que no sean para uso medicinal; té*; té amarillo; té de jengibre; té instantáneo; té para adelgazar; té para infusiones; té de cola de caballo que no sean para uso médico.

Clase 35: Servicios de venta minorista de alimentos; servicios de venta minorista de cacao; servicios de venta minorista de café; servicios de venta minorista de preparaciones para bebidas; servicios de venta minorista de productos de tocador; servicios de venta minorista de productos gourmet; servicios de venta minorista de productos lácteos; servicios de venta minorista de software; servicios de venta minorista de té; servicios de venta minorista y mayorista de aparatos terminales de pago; servicios de venta minorista y mayorista de artículos y equipo de deporte; servicios de venta minorista y mayorista de café, té, cacao y sucedáneos del café; servicios de venta minorista y mayorista de chocolate; servicios de venta minorista y mayorista de computadoras y hardware para computadoras; servicios de venta minorista y mayorista de dispositivos de salvamento, seguridad, protección y señalización, incluidas alarmas y equipos de alerta; servicios de venta minorista y mayorista de dispositivos de visualización; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf] mediante la tecnología de cadena de bloques; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft] mediante la tecnología de blockchain; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft] mediante la tecnología de cadena de bloques; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf] mediante la tecnología de blockchain; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de sonido autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de productos y servicios; suministro de leads de marketing para la industria de la venta mayorista; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de obras de arte digitales autenticadas por tokens no fungibles [nft].

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2023/0088584

Clase 9: Altavoces; cargadores de pilas y baterías; baterías; cascos de ciclista; tarjetas de memoria flash vírgenes; memorias USB vírgenes; cámaras fotográficas; estuches especialmente diseñados para teléfonos móviles; procesadores [unidades centrales de proceso] [hardware de computador]; estaciones de acoplamiento para ordenadores; hardware; ratones de ordenador; monitores de ordenador; ordenadores; manes decorativos; materiales digitales, en concreto, tokens no fungibles (NFT); medios digitales,

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

en concreto, contenidos de medios audiovisuales descargables en los campos del entretenimiento, música, videojuegos, videojuegos y competiciones de videojuegos; medios digitales, en concreto contenidos multimedia descargables en los campos del entretenimiento, música, vídeos musicales, videojuegos y videojuegos; dispositivos de transmisión de medios digitales; señalización digital; software descargable de juegos de realidad aumentada; software descargable de protección de pantalla para ordenadores; software descargable para gestionar transacciones utilizando tecnología blockchain; software descargable para intercambiar, visualizar y gestionar objetos coleccionables digitales, en concreto, arte, células de animación, imágenes, fotografías, tarjetas coleccionables y vídeos; software descargable de fondos de pantalla para ordenador; medios digitales descargables, en concreto, coleccionables digitales creados con tecnología de software basada en blockchain; música digital descargable; Publicaciones electrónicas descargables, en concreto, cómics, novelas gráficas, revistas, manuales y boletines informativos en los campos del entretenimiento y los videojuegos; películas cinematográficas, programas de televisión y otros programas de entretenimiento de formato corto descargables en forma de animación, comedia, drama, deportes electrónicos, fantasía y ciencia ficción; archivos de música descargables; Podcasts descargables en materia de entretenimiento, música, deportes electrónicos y videojuegos; software descargable para transmitir contenido multimedia audiovisual a través de Internet y a dispositivos móviles; bienes virtuales descargables; productos virtuales descargables, en concreto, programas de software que incluyen recursos de juegos, fichas y moneda virtual para su uso en videojuegos y mundos virtuales en línea; software descargable con moneda virtual, en concreto, programas informáticos con fichas de juego y moneda para su uso en videojuegos móviles y web en línea; software de juego de realidad virtual descargable; auriculares de botón; estaciones de acoplamiento electrónicas; estuches para gafas; gafas [óptica]; cascos auriculares; cascos con micrófono para ordenadores; soportes de teléfono para coches; programas de videojuegos multimedia interactivos; lentes para cámaras fotográficas de teléfonos inteligentes [smartphones]; tarjetas de regalo codificadas magnéticamente; computadoras centrales; cargadores de baterías de teléfonos móviles; baterías para teléfonos celulares; amplificadores de señal de telefonía móvil; teléfonos celulares; monopiés para dispositivos electrónicos digitales portátiles, en concreto, cámaras, teléfonos móviles, tabletas; alfombrilla para ratón; ordenadores portátiles; podcasts; tarjetas telefónicas de prepago, sin codificar magnéticamente; discos compactos pregrabados con bandas sonoras de música y películas; discos ópticos y magnetoópticos pregrabados que presentan películas cinematográficas, programas de televisión y programas cortos de entretenimiento del tipo de animación, comedia, drama, deportes electrónicos, fantasía y ciencia ficción; discos de vídeo y DVD pregrabados con películas cinematográficas, programas de televisión y programas de entretenimiento de formato corto del tipo de animación, comedia, drama, deportes electrónicos, fantasía y ciencia ficción; Fundas protectoras para móviles, tablets y portátiles; pilas y baterías recargables; software de juegos de realidad aumentada grabados; software de videojuegos grabados; software de juegos de realidad virtual grabados; protecciones de pantalla para teléfonos móviles; tarjetas de memoria digitales seguras; teléfonos inteligentes [smartphones]; relojes inteligentes; software para proporcionar emoticones; Altavoces; grabaciones de sonido transmitibles; vídeos transmitibles; estuches para gafas de sol; gafas de sol; tabletas electrónicas; teléfonos; cartuchos de videojuegos; discos de videojuegos; cargadores inalámbricos; extensores de red inalámbrica.

Clase 32: Cervezas; cola; agua embotellada; bebidas energéticas; bebidas aromatizadas con frutas; bebidas a base de zumo de frutas; bebidas isotónicas; bebidas sin alcohol; bebidas energéticas de frutas y verduras enriquecidas con nutrientes; bebidas para deportistas; jugos de frutas y verduras.

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

Conexión competitiva entre la clase 30 internacional del signo solicitado y la clase 32 internacional de la marca registrada (Principio de Razonabilidad)

Una vez analizadas las coberturas objeto de cotejo, se evidencia que entre los productos comprendidos en la clase 30, consistente en *“bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; bebidas a base de té; bebidas a base de té con sabor a fruta; bebidas a base de zumo de jengibre en cuanto té de jengibre”* que pretenden amparar el signo solicitado y los productos de la clase 32, referidos a *“bebidas aromatizadas con frutas; bebidas a base de zumo de frutas; bebidas sin alcohol; bebidas energéticas de frutas y verduras enriquecidas con nutrientes; jugos de frutas y verduras”* protegidos por la marca previamente registrada, existe una conexidad competitiva apreciable conforme al principio de razonabilidad, en tanto se trata de bienes destinados al consumo humano, que satisfacen necesidades afines y que, en la práctica comercial, suelen coexistir dentro de un mismo mercado de bebidas.

En efecto, los productos identificados por la marca registrada en la clase 30 y aquellos pretendidos por el signo solicitado en la clase 32 pueden confluir en los mismos canales de distribución, comercialización y publicidad, tales como supermercados, tiendas especializadas, bares, restaurantes y cafeterías, donde frecuentemente se ofrecen de manera conjunta o alternativa bebidas calientes y bebidas frías o refrescantes. o refrescantes (propias de la clase 32), sin que exista una segmentación estricta que impida su coexistencia comercial. Esta circunstancia propicia una proximidad competitiva relevante, en tanto los productos comparten espacios de exhibición, estrategias de mercadeo y públicos objetivo similares, lo que incrementa la probabilidad de que el consumidor perciba una unidad empresarial en su origen.

Adicionalmente, desde la óptica del consumidor medio, dotado de un grado de atención promedio, es razonable suponer que un empresario dedicado a la producción y comercialización de bebidas no alcohólicas, particularmente aquellas a base de frutas, vegetales o con fines funcionales (energizantes, nutritivas), extienda su portafolio hacia bebidas a base de café, té o cacao, y viceversa. Esta diversificación constituye una práctica común en la industria de bebidas, donde los agentes económicos amplían su oferta para atender distintas preferencias de consumo, bajo signos marcarios que suelen guardar coherencia o vinculación entre sí.

Por consiguiente, esta Dirección concluye que la cercanía económica, funcional y comercial entre las coberturas de las clases 30 y 32 analizadas configura un escenario propicio para la generación de riesgo de asociación o confusión en el público consumidor.

Relación entre servicios de la clase 35 solicitada y productos de las clases 9 registrada. (Razonabilidad).

Respecto de la relación de los siguientes productos y servicios (9 y 35), 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 en el sector tecnológico y de comercialización de bienes electrónicos.

Del análisis integral de las coberturas confrontadas se advierte que los *servicios de la clase 35*, consistentes principalmente en *“servicios de venta minorista y mayorista de software, aparatos terminales de pago, de computadoras y hardware para computadoras, de dispositivos de seguridad, protección y señalización, incluidas alarmas y equipos de alerta y dispositivos de visualización”*, guardan una relación estrecha y directa con los productos identificados por el signo previamente registrado, esto es, *“Software*

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

descargable y grabado (incluido software de videojuegos, realidad virtual y aumentada, blockchain y contenidos digitales); hardware y equipos informáticos; dispositivos electrónicos y de telecomunicaciones (incluidos smartphones, tabletas y accesorios); soportes y unidades de almacenamiento de datos (memorias USB, tarjetas y medios digitales); aparatos de audio, imagen y transmisión multimedia; dispositivos de vigilancia, medición y señalización; y componentes, periféricos y accesorios electrónicos” (Cl. 9), por la otra. Dicha relación trasciende una mera afinidad remota y configura una conexidad competitiva relevante, por cuanto los servicios tienen como objeto inmediato la comercialización, distribución, promoción y posicionamiento en el mercado de productos tecnológicos que coinciden con aquellos amparados por las marcas anteriores.

Por lo tanto, desde la perspectiva del consumidor medio y del operador económico, resulta habitual que empresas dedicadas a la fabricación y desarrollo de software, hardware y dispositivos electrónicos participen simultáneamente en su comercialización directa, distribución especializada, comercio electrónico y posicionamiento en el mercado, ya sea a través de canales propios o terceros autorizados. En este contexto, los productos de la clase 9 se ofrecen precisamente mediante los servicios de la clase 35, compartiendo canales de comercialización (tiendas especializadas, grandes superficies, plataformas digitales), estrategias publicitarias, públicos objetivos y entornos de consumo, lo cual refuerza la percepción de unidad de origen empresarial.

Así las cosas, es razonable que el consumidor asuma que los servicios de venta, distribución y promoción de productos tecnológicos identificados en la clase 35 provienen del mismo origen empresarial o se encuentran económicamente vinculados con quienes identifican software, hardware y dispositivos electrónicos en la clase 9. Esta percepción se encuentra respaldada por las prácticas habituales del sector tecnológico, en el que es frecuente la integración vertical o la coexistencia bajo una misma marca de actividades de producción y comercialización, razón por la cual la coexistencia de signos semejantes en estas clases incrementa de manera significativa el riesgo de confusión o de asociación indebida.

En tal contexto, la coexistencia de signos marcarios semejantes para productos y servicios funcionalmente articulados genera un riesgo real de confusión o de asociación indebida, susceptible de inducir al público consumidor a error respecto del origen empresarial, riesgo que resulta jurídicamente relevante y contrario a los principios que rigen la función distintiva de la marca.

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 K-DAY (Mixta) para distinguir

Resolución N° 43117

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por KAIZEN INTERNACIONAL SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca K-DAY (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por KAIZEN INTERNACIONAL SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a KAIZEN INTERNACIONAL SAS, 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 10 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **30:** Té verde; té verde instantáneo; cúrcuma*; cúrcuma para uso alimenticio; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; bebidas a base de té; bebidas a base de té con sabor a fruta; bebidas a base de zumo de jengibre en cuanto té de jengibre; bebidas de té; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; café, té, cacao y sucedáneos del café; café, té, cacao y sus sucedáneos; esencias para alimentos, excepto esencias etéricas y aceites esenciales; extractos de té con fines culinarios; hojas de té procesadas; mezclas de té; mezclas para la confección de té; mezclas para la elaboración de té; monodosis de té, llenas; preparaciones a base de té para la confección de bebidas; preparaciones de té de hierbas para la confección de bebidas; sucedáneos del té; sucedáneos del té a base de flores u hojas; sucedáneos del té que no sean para fines medicinales; sucedáneos del té que no sean para uso medicinal; té*; té amarillo; té de jengibre; té instantáneo; té para adelgazar; té para infusiones; té de cola de caballo que no sean para uso médico.

⁶ **35:** Servicios de venta minorista de alimentos; servicios de venta minorista de cacao; servicios de venta minorista de café; servicios de venta minorista de preparaciones para bebidas; servicios de venta minorista de productos de tocador; servicios de venta minorista de productos gourmet; servicios de venta minorista de productos lácteos; servicios de venta minorista de software; servicios de venta minorista de té; servicios de venta minorista y mayorista de aparatos terminales de pago; servicios de venta minorista y mayorista de artículos y equipo de deporte; servicios de venta minorista y mayorista de café, té, cacao y sucedáneos del café; servicios de venta minorista y mayorista de chocolate; servicios de venta minorista y mayorista de computadoras y hardware para computadoras; servicios de venta minorista y mayorista de dispositivos de salvamento, seguridad, protección y señalización, incluidas alarmas y equipos de alerta; servicios de venta minorista y mayorista de dispositivos de visualización; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf] mediante la tecnología de cadena de bloques; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf] mediante la tecnología de blockchain; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft] mediante la tecnología de cadena de bloques; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft] mediante la tecnología de blockchain; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de archivos de sonido autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de productos y servicios; suministro de leads de marketing para la industria de la venta mayorista; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [tnf]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de archivos de música autenticados por tokens no fungibles [nft]; suministro de servicios de publicidad y promoción para promover la venta de obras de arte digitales autenticadas por tokens no fungibles [nft].

Ref. Expediente N° SD2025/0120519

