

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 46784

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

Por la cual se decide un recurso de apelación

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 18 numeral 10° del Decreto
4886 del 23 de Diciembre de 2011,

CONSIDERANDO

Que mediante Resolución N° 93517 de 13 de noviembre de 2025, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la Marca **CHUM CHURUM** (Mixta), solicitada por LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD, para distinguir los siguientes productos que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

33: Bebidas espirituosas destiladas coreanas (Soju); bebidas espirituosas (Soju); sake; bebidas de bajo contenido alcohólico, excepto cervezas que no contengan más del 1.2% (en volumen) de alcohol; bebidas alcohólicas, excepto cervezas; vinos de frutas espumosos; bebidas alcohólicas que contienen frutas; licores; bebidas alcohólicas premezcladas que no sean a base de cerveza; bebidas alcohólicas de frutas; bebidas alcohólicas de malta, excepto cervezas; bebidas alcohólicas gaseosas, excepto cervezas; extractos de frutas con alcohol; cócteles a base de frutas con alcohol; ponches con alcohol; bebidas espirituosas para la alimentación humana; cócteles alcohólicos preparados; bebidas de malta aromatizadas, excepto cervezas; bebidas de alcohol destilado a base de cereales; Kaoliang (licor chino).

Lo anterior, por considerar que se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Que mediante escrito presentado dentro del término y con el lleno de los requisitos legales, LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD, interpuso recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el considerando primero, con el objeto de que se revoque y conceda el registro de marca solicitado, con fundamento en los siguientes argumentos:

2.1. La sociedad LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD. es el único titular legítimo de la marca CHUM CHURUM SOON (MIXTA)

La negativa del registro de la marca de la referencia está basada en la previa solicitud de registro de la marca CHUM CHURUM SOON (MIXTA), expediente No. SD2024/0034386, presentada por la sociedad KORCOL S.A.S.

Sin embargo, debemos indicar a esa entidad que el único titular legítimo de la marca de la referencia, es la sociedad LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD.

Aun cuando, la sociedad KORCOL S.A.S. solicitó el registro de la mencionada marca, nótese que esta última actúa como distribuidor de productos que se identifican con la marca CHUM CHURUM (MIXTA) de mí representada LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD.

Resolución N° 46784

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

2.2. La calidad de distribuidora de KORCOL S.A.S. se demuestra con las siguientes resoluciones de concesión expedidas por el INVIMA de los siguientes registros sanitarios de los que acompañó una copia al presente recurso, para que se pueda corroborar lo acá afirmado:

- Resolución No. 2024052958 de 19 de noviembre de 2024, mediante la cual, se concede el registro sanitario No. INVIMA 2024L-0013605, para un APERITIVO NO VINICO SABOR A MANZANA, Marca CHUM CHURUM SOON. En la referida resolución es evidente que KORCOL S.A.S. tiene el permiso para importar y vender el producto, y que el fabricante es mí representada LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD. Veamos:

“(…)

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO: Conceder REGISTRO SANITARIO por el término de DIEZ (10) años al
PRODUCTO: APERITIVO NO VINICO SABOR A MANZANA, Marca CHUM CHURUM SOON
REGISTRO SANITARIO No.: INVIMA 2024L-0013605
TIPO DE REGISTRO: IMPORTAR Y VENDER
TITULAR(ES): KORCOL SAS con domicilio en BOGOTA - D.C.
FABRICANTE(S): LOTIE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD con domicilio en COREA DEL SUR
IMPORTADOR(ES): KORCOL SAS con domicilio en BOGOTA - D.C.
GRADO ALCOHOLICO: 11.99 % vol (+/- 1°)
CLASIFICACION: APERITIVO NO VINICO
OBSERVACIONES:
EXPEDIENTE No.: 20279353
RADICACIÓN No.: 20241118125

(…)”

- Resolución No. 2024053548 de 21 de noviembre de 2024 mediante la cual, se concede el registro sanitario No. INVIMA 2024L-0013607, para un APERITIVO NO VINICO SABOR A UVA, Marca CHUM CHURUM SOON

En la referida resolución es evidente que KORCOL S.A.S. tiene el permiso para importar y vender el producto, y que el fabricante es mí representada LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD. Veamos:

“(…)

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO: Conceder REGISTRO SANITARIO por el término de DIEZ (10) años al
PRODUCTO: APERITIVO NO VINICO SABOR A UVA marca CHUM CHURUM SOON,
REGISTRO SANITARIO No.: INVIMA 2024L-0013607
TIPO DE REGISTRO: IMPORTAR Y VENDER
TITULAR(ES): KORCOL SAS con domicilio en BOGOTA - D.C.
FABRICANTE(S): LOTIE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD con domicilio en COREA DEL SUR
IMPORTADOR(ES): KORCOL SAS con domicilio en BOGOTA - D.C.
GRADO ALCOHOLICO: 11,97 % vol (+/- 1°)
CLASIFICACION: LICOR
OBSERVACIONES:
EXPEDIENTE No.: 20279575
RADICACIÓN No.: 20241120172

(…)”

- Resolución No. 2024054587 de 27 de noviembre de 2024 mediante la cual, se concede el registro sanitario No. INVIMA 2024L-0013611, para un APERITIVO NO VINICO SABOR A YOGURT, Marca CHUM CHURUM SOON

En la referida resolución es evidente que KORCOL S.A.S. tiene el permiso para importar y vender el producto, y que el fabricante es mí representada LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD. Veamos:

(…)

2.3. Adicionalmente, KORCOL S.A.S reconoce a la sociedad LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD. como titular legítima de la marca. En consecuencia, KORCOL S.A.S. presentó desistimientos a la solicitud de registro de la marca mixta CHUM CHURUM SOON, que se tramita bajo el expediente No. SD2024/0034386, y que fue



Ref. Expediente N° SD2025/0034184

negada por su Despacho al no incluir la totalidad de los requisitos legales. No obstante, esa petición de desistimiento es una clara prueba del reconocimiento que hace KORCOL S.A.S, de que la mara mixta de la referencia es propiedad de LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD.

2.4. Como consecuencia de lo anterior, las sociedades KORCOL S.A.S y LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD. están precisamente determinando si celebran la transferencia de registro de la marca a favor de mí representada, o si KORCOL S.A.S. presenta una renuncia de derechos del registro de la marca tramitada bajo el expediente No. SD2024/0034386.

2.5. En consecuencia de lo anterior, solicito muy respetuosamente a su Despacho tener en cuenta, las negociaciones que se están adelantando entre las sociedades en comento, pues LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD es el único titular del de la marca de la referencia.

3. PETICIÓN

3.1. De conformidad con lo anteriormente expuesto, solicito a ese Despacho verificar que mí representada LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD estará presentando en breve los trámites acordados en la negociación con KORCOL S.A.S., y con base en ello, suspender la decisión de este recurso hasta que los respectivos trámites sean inscritos.

3.2. Con base en lo anterior, y una vez que sea procedente resolver el presente recurso de apelación, solicito muy respetuosamente revocar la Resolución No. 93517 del 13 de noviembre de 2025, y en su lugar, se profiera otra en la que se conceda el registro de la marca CHUM CHURUM (MIXTA) para identificar productos específicos comprendidos en la clase 33 internacional, a favor de LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD

Que para resolver el recurso de apelación interpuesto, según el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, es preciso resolver “todas las peticiones que hayan sido oportunamente planteadas y las que surjan con motivo del recurso”.

1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: CONFUNDIBILIDAD

1.1. 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”.

1.2. La norma

De acuerdo con la disposición andina citada, se requiere la presencia de dos supuestos para su aplicación:

- i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero.

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

- ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la marca previamente solicitada o registrada.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, al abordar ésta causal objeto de estudio, ha indicado de manera reiterada lo siguiente:

“Como se desprende de esta disposición, no es registrable un signo que sea idéntico o similar a otro signo registrado o solicitado con anterioridad por un tercero, porque en dichas condiciones carece de fuerza distintiva. Los signos no son distintivos extrínsecamente cuando puedan generar riesgo de confusión (directo o indirecto) y/o riesgo de asociación en el público consumidor¹.

Así mismo, define el riesgo de confusión y de asociación de la siguiente manera:

El riesgo de confusión puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

El riesgo de asociación consiste en la posibilidad de que el consumidor, aunque diferencie las marcas en conflicto y el origen empresarial del producto, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto y otra empresa tienen una relación o vinculación económica.

1.2.1. Identidad o semejanza de los signos

De este modo, para el primer supuesto se deberá examinar si entre los signos confrontados existe identidad o semejanza, para luego determinar si esto es capaz de generar riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor, teniendo en cuenta que la semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos:

Ortográfica: Se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces, o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que el riesgo de confusión sea más palpable u obvio.

Fonética: Se refiere a la semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones; sin embargo, también debe tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

Conceptual o ideológica: Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante.

Gráfica o figurativa: Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan.

¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 24-IP-2021.

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

Ahora bien, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina² ha estipulado las siguientes reglas para el cotejo de marcas:

- a) La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto de los signos en conflicto; es decir, cada uno debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad fonética, ortográfica, gráfica o figurativa y conceptual o ideológica.
- b) En la comparación se debe emplear el método del cotejo sucesivo; esto es, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, pues el consumidor difícilmente observará los signos al mismo tiempo, sino que lo hará en momentos diferentes.
- c) El análisis comparativo debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias, pues es en las semejanzas en las que se puede percibir el riesgo de confusión o asociación.
- d) Al realizar la comparación es importante colocarse en el lugar del consumidor y su grado de percepción, de conformidad con el tipo de productos o servicios de que se trate, bajo los siguientes criterios:

- (i) Criterio del consumidor medio: Si estamos frente a productos y/o servicios de consumo masivo, el criterio del consumidor medio podría ser el soporte del análisis de confundibilidad. De acuerdo con las máximas de la experiencia, al consumidor medio se le presume normalmente informado y razonablemente atento, cuyo nivel de percepción es variable en relación con la categoría de bienes o productos, lo que debe ser analizado y ponderado por la autoridad nacional competente.

El grado de atención del consumidor medio es un parámetro importante para el análisis de confundibilidad de signos que diferencien productos o servicios de consumo masivo, bajo el entendido de que puede variar o graduarse según el tipo de producto del cual se trate, pues por vía de ejemplo no se presta el mismo nivel de atención al adquirir productos cosméticos que al comprar pasabocas para fiestas.

- (ii) Criterio del consumidor selectivo: Se basa en un consumidor más informado y atento que el consumidor medio, ya que elige los bienes y servicios bajo ciertos parámetros específicos de calidad, posicionamiento o estatus. Es un consumidor que se ha instruido claramente de las características y cualidades de los productos o servicios que desea adquirir. Sabe detalles estéticos, de calidad y funcionamiento que la media de la población no sabría. Por ejemplo, el consumidor de servicios de restaurantes gourmet es consciente del servicio que prestan, pues sabe datos de su atención al cliente, costo de los platos, manejo publicitario, promociones, etc.
- (iii) Criterio del consumidor especializado: Se basa en un consumidor absolutamente informado y atento sobre las características técnicas,

² Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

funcionales o prácticas de los productos o servicios que adquiere, teniendo como soporte su alto grado de instrucción técnica o profesional. Dicho consumidor hace una evaluación más prolija del bien o servicios que desea adquirir, lo que debe ser tomado en cuenta por la autoridad nacional competente al realizar el respectivo análisis de confundibilidad.

1.2.2. Criterios de conexidad de los productos o servicios

De conformidad con el artículo 151 de la Decisión 486, las clases de la Clasificación Internacional de Niza no determinarán la similitud ni la disimilitud de los productos o servicios.

De este modo, 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 tres criterios sustanciales:

“a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos o 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. En términos conceptuales, la sustitución se presenta cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. En términos concretos, para apreciar la sustituibilidad entre productos (o servicios) la autoridad nacional competente tendrá en consideración la finalidad y características de dichos productos (o servicios), el rango de precios entre ellos, 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 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.

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Los criterios de sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad y razonabilidad acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios.

Los siguientes criterios, en cambio, por sí mismos son insuficientes para acreditar relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, pues estos necesariamente tienen que ser analizados a la luz de cualquiera de los tres criterios sustanciales antes referidos:

La pertenencia a una misma clase de los productos o servicios de la Clasificación Internacional de Niza

La inclusión de productos o servicios en una misma clase no resulta determinante para efectos de establecer la conexión competitiva entre los productos o servicios objeto de análisis. En efecto, podría darse el caso de que los signos comparados distingan productos o servicios pertenecientes a categorías o subcategorías disímiles, aunque pertenecientes a una misma clase de la Clasificación Internacional de Niza. Por tanto, este criterio solo podrá ser utilizado de manera complementaria para determinar la existencia de conexión competitiva.

Los canales de aprovisionamiento, distribución o de comercialización; los medios de publicidad empleados; la tecnología empleada; la finalidad o función; el mismo género; o la misma naturaleza de los productos o servicios

Estos criterios considerados aisladamente no acreditan la existencia de conexión competitiva. Así, por ejemplo, dos productos pueden tener la misma naturaleza o género, pero si los consumidores comprenden con relativa facilidad que los productores de uno no son los productores del otro, no habrá conexión competitiva entre ellos.

Dos productos completamente disímiles (v.g., candados e insecticidas) pueden tener el mismo canal de comercialización (v.g., ferreterías) y compartir el mismo medio de publicidad (v.g., un panel publicitario rotativo), sin que ello evidencie la existencia de conexión competitiva entre ambos. De allí que estos criterios deben analizarse conjuntamente con los criterios intrínsecos para observar la existencia de conexión competitiva.

Asimismo, si los productos o servicios se dirigen a destinatarios diferentes, como regla general, no existirá conexión competitiva.

Por tal razón, para establecer la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios la autoridad consultante, en el caso en concreto, debe analizar si entre ellos existe sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad o la posibilidad razonable de provenir del mismo empresario³.

2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DE LOS SIGNOS A CONFRONTAR

2.1. Naturaleza y descripción del signo solicitado

³ Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0034184



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta. Está compuesta por las expresiones CHUM CHURUM en un tipo de fuente particular, dentro de un prisma, acompañada por caracteres de origen oriental.

2.2. Naturaleza y descripción de la marca previamente registrada o solicitada

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	CHUM CHURUM SOON	KORCOL S.A.S	SD2024/0034386	12	33	Marca	Registrada



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta. Está compuesta por las expresiones CHUM CHURUM SOON en un tipo de fuente particular, acompañada por elementos gráficos ornamentales y caracteres de origen oriental

3. CASO CONCRETO

3.1. Respetto de la solicitud de suspensión

De manera preliminar, esta Dirección considera pertinente pronunciarse sobre la solicitud formulada por la recurrente encaminada a que se suspenda la decisión del presente recurso mientras se materializan las negociaciones que, según afirma, adelanta con la sociedad KORCOL S.A.S. respecto de la titularidad de la marca antecedente.

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

Al respecto, se observa que la marca CHUM CHURUM SOON (Mixta), identificada con el expediente SD2024/0034386, fue concedida por esta Superintendencia para distinguir productos de la clase 33 de la Clasificación Internacional de Niza y, a la fecha de la presente decisión, constituye un derecho marcario vigente y plenamente oponible frente a terceros. Asimismo, se advierte que dicho registro fue otorgado dentro del procedimiento administrativo correspondiente, sin que se hubieran presentado oposiciones que cuestionaran la legitimidad del solicitante o la procedencia de la concesión.

Ahora bien, en relación con los argumentos de la recurrente según los cuales la sociedad KORCOL S.A.S. actúa únicamente como distribuidora de productos fabricados por LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD. y que ambas compañías se encuentran adelantando negociaciones relacionadas con la eventual transferencia o renuncia de derechos sobre el registro antecedente, resulta pertinente recordar que el ordenamiento comunitario andino contempla expresamente mecanismos para salvaguardar los derechos del titular legítimo de un signo distintivo cuando este ha sido solicitado o registrado por quien actúa como representante, distribuidor o persona vinculada comercialmente.

Por su parte, la normativa andina prevé acciones específicas destinadas a controvertir solicitudes o registros obtenidos en contravención de los derechos de quien ostente legítimamente la titularidad del signo, así como procedimientos de cancelación, nulidad o transferencia, según corresponda. No obstante, mientras tales mecanismos no produzcan una decisión administrativa o judicial que modifique la situación jurídica del registro concedido, este mantiene plena validez y eficacia frente a terceros.

En consecuencia, para efectos del análisis de registrabilidad que corresponde adelantar en la presente actuación, basta verificar la existencia de un derecho marcario anterior vigente susceptible de generar riesgo de confusión o asociación, sin que resulte procedente que esta instancia entre a determinar controversias relativas a la legitimidad material de la titularidad del registro antecedente o a valorar negociaciones privadas que aún no se han perfeccionado ni han producido efectos registrales.

En este sentido, la circunstancia alegada por la recurrente respecto de su eventual condición de titular legítima de la marca, el hecho de que KORCOL S.A.S. actúe como distribuidora de sus productos, la existencia de registros sanitarios expedidos por el INVIMA o la manifestación de una futura transferencia o renuncia de derechos, no desvirtúan la realidad jurídica actual consistente en que la marca CHUM CHURUM SOON (Mixta) se encuentra registrada y vigente a nombre de un tercero.

Tampoco modifica la anterior conclusión la circunstancia alegada por la recurrente consistente en que KORCOL S.A.S. habría presentado escritos de desistimiento respecto de la solicitud que dio origen al expediente SD2024/0034386. En efecto, del examen de los antecedentes administrativos se evidencia que la marca CHUM CHURUM SOON (Mixta) culminó su trámite con la concesión del registro, razón por la cual el eventual desistimiento presentado durante el curso de dicho procedimiento no produjo efectos que impidieran la consolidación del derecho marcario correspondiente. En todo caso, aun si se entendiera que tales manifestaciones constituyen un reconocimiento de la relación comercial existente entre las partes, ello no tiene la virtualidad de alterar la situación jurídica actual del registro antecedente, el cual permanece vigente y produce plenos

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

efectos frente a terceros mientras no sea objeto de cancelación, nulidad, transferencia o cualquier otra actuación administrativa o judicial que modifique su titularidad o vigencia.

Así las cosas, la sola existencia de manifestaciones de desistimiento, negociaciones privadas o eventuales acuerdos futuros entre las sociedades involucradas no desvirtúa la existencia del derecho marcario previamente concedido ni impide que este sea tenido en cuenta como antecedente relevante para el examen de registrabilidad que corresponde efectuar en el presente asunto. De aceptarse lo contrario, la autoridad de registro estaría condicionando el análisis de confundibilidad a circunstancias futuras e inciertas, desconociendo que dicho examen debe realizarse con fundamento en los derechos válidamente inscritos y vigentes al momento de adoptar la decisión.

Por lo anterior, esta Delegatura no encuentra fundamento legal para acceder a la suspensión solicitada, toda vez que el examen de registrabilidad debe realizarse con base en los derechos existentes al momento de decidir, siendo suficiente la vigencia del registro antecedente para efectuar el correspondiente análisis de confundibilidad previsto en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. En consecuencia, se procederá a examinar la coexistencia de los signos en conflicto a partir de la situación registral actualmente vigente.

3.2. Análisis de los signos

En aplicación a las reglas generales de comparación, apreciando el conjunto marcario, pero teniendo en cuenta el elemento que cumple la función diferenciadora y enfatizando en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación, esta Delegatura encuentra que los signos confrontados presentan similitudes en sus denominaciones, susceptibles de generar riesgo de confusión.

En efecto, los signos confrontados presentan semejanzas en los elementos nominativos, toda vez que ambos reproducen de manera íntegra la expresión CHUM CHURUM, la cual constituye el elemento de mayor impacto distintivo y recordación dentro de los respectivos conjuntos marcarios. Si bien la marca antecedente incorpora el vocablo adicional SOON, dicho elemento no resulta suficiente para neutralizar la coincidencia derivada de la reproducción total de la expresión CHUM CHURUM, que es precisamente la que capta de manera principal la atención del consumidor.

Desde el punto de vista ortográfico, los signos coinciden en las palabras CHUM CHURUM, compartiendo la misma secuencia de letras, estructura, extensión y disposición. Fonéticamente, la pronunciación de la expresión común es idéntica, de manera que el término adicional SOON no elimina la impresión sonora semejante que generan los signos en su conjunto.

Asimismo, se observa que ambos signos se encuentran acompañados por caracteres de origen oriental y emplean una presentación gráfica que refuerza la percepción de pertenecer a una misma familia marcaria. En consecuencia, el consumidor podría considerar razonablemente que la marca solicitada corresponde a una extensión, variante o línea de productos identificada por la marca antecedente.

De este modo, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que el signo sea idéntico o se asemeje, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

por un tercero, resulta necesario que la administración se pronuncie si los productos o servicios que se pretenden identificar con el signo solicitado, son susceptibles de causar un riesgo de confusión o asociación.

3.3. Conexidad competitiva

La marca solicitada pretende los siguientes productos de la Clasificación Internacional de Niza:

Clase 33: Bebidas espirituosas destiladas coreanas (Soju); bebidas espirituosas (Soju); sake; bebidas de bajo contenido alcohólico, excepto cervezas que no contengan más del 1.2% (en volumen) de alcohol; bebidas alcohólicas, excepto cervezas; vinos de frutas espumosos; bebidas alcohólicas que contienen frutas; licores; bebidas alcohólicas premezcladas que no sean a base de cerveza; bebidas alcohólicas de frutas; bebidas alcohólicas de malta, excepto cervezas; bebidas alcohólicas gaseosas, excepto cervezas; extractos de frutas con alcohol; cócteles a base de frutas con alcohol; ponches con alcohol; bebidas espirituosas para la alimentación humana; cócteles alcohólicos preparados; bebidas de malta aromatizadas, excepto cervezas; bebidas de alcohol destilado a base de cereales; Kaoliang (licor chino).

Por su parte, la marca antecedente ya identifica en el mercado los siguientes productos igualmente de la Clasificación Internacional de Niza:

Clase 33: Bebidas alcohólicas (excepto cervezas)

Este Despacho considera que existe conexidad competitiva por relación de **género-especie** entre los productos identificados por los signos confrontados.

La marca solicitada pretende distinguir, entre otros, soju, sake, licores, vinos de frutas espumosos, bebidas alcohólicas de frutas, bebidas alcohólicas de malta, cócteles alcohólicos preparados, ponches con alcohol, bebidas de alcohol destilado a base de cereales y Kaoliang, todos ellos comprendidos en la clase 33 de la Clasificación Internacional de Niza. Por su parte, la marca antecedente ampara de manera general “bebidas alcohólicas (excepto cervezas)”, también comprendidas en la clase 33.

En este caso, los productos de la solicitud constituyen especies particulares comprendidas dentro del género amplio protegido por la marca antecedente. En efecto, las bebidas específicamente reivindicadas por el signo solicitado corresponden a distintas categorías de bebidas alcohólicas, por lo que se encuentran subsumidas dentro de la expresión general “bebidas alcohólicas (excepto cervezas)”.

De esta manera, no solo existe una relación de género-especie entre los productos confrontados, sino que varios de ellos pueden considerarse incluso coincidentes o superpuestos, en la medida en que la cobertura de la marca antecedente comprende las categorías específicas que pretende distinguir el signo solicitado.

En consecuencia, los productos están destinados al mismo público consumidor, satisfacen la misma finalidad de consumo, se comercializan a través de los mismos canales de distribución y pueden encontrarse en los mismos establecimientos

Ref. Expediente N° SD2025/0034184

comerciales, circunstancias que llevan al consumidor a considerar razonablemente que provienen de un mismo origen empresarial.

4. CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente confirmar la Resolución N° 93517 de 13 de noviembre de 2025.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Confirmar la decisión contenida en la Resolución N° 93517 de 13 de noviembre de 2025 proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

ARTÍCULO 2: Notificar a LOTTE CHILSUNG BEVERAGE CO., LTD, parte solicitante, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., el 22 de junio de 2026

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,



PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL