

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 85601

Ref. Expediente N° SD2025/0026890

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 26 de marzo de 2025, SELLO GLOBAL S.A.S., solicitó el registro de la Marca ZENCIA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066, 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 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.

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,

¹ 3: Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, fregar y raspar.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0026890

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

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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	SENSIA LINGERIE	VATEX SAS	SD2024/0005382	12	25	Marca	Registrada	28/01/2035
Mixta	Zensial NATURAL COSMETICS	biobell natural sas	SD2020/0029222	11	3	Marca	Registrada	23/09/2030
Nominativa	CENSIAL	biobell natural sas	13236177	10	3	Marca	Registrada	26/03/2034

Los signos a comparar son los siguientes:

•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 (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° SD2025/0026890

El signo solicitado	Las marcas registradas
	  CENSIAL

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0026890

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 el signo solicitado y los signos antecedentes, 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, de la siguiente manera:

ZENCIA / SENSIA LINGERIE

En efecto, es posible advertir que los signos bajo análisis resultan ortográficamente similares, como quiera que el elemento denominativo del signo solicitado “**ZENCIA**” reproduce sustancialmente el vocablo diferenciador del signo antecedente “**SENSIA**”, por cuanto ambas expresiones comparten la misma extensión (6 letras), la misma estructura vocálica (E-I-A) y raíces y terminaciones sumamente semejantes (ZEN/SEN y CIA/SIA).

Adicionalmente, los signos confrontados resultan fonéticamente idénticos, dado que en ambos casos al pronunciar dichas expresiones se genera el mismo sonido, a saber, *sén-sia*. En ese sentido, al evidenciar las semejanzas ortográficas y fonéticas el consumidor difícilmente podrá distinguir los signos o pensara equivocadamente que los signos provienen del mismo origen empresarial, toda vez que, al pretender un signo cuya estructura gramatical está conformada de forma muy similar que la marca protegida, sin duda hará pensar al consumidor de manera equivocada que el signo solicitado tiene su origen en el mismo empresario.

ZENCIA / ZENSIAL NATURAL COSMETICS / CENSIAL

Por otro lado, esta Dirección observa que el elemento denominativo del signo solicitado “**ZENCIA**” es ortográfica y fonéticamente similar a los vocablos predominantes de los signos previamente registrados “**ZENSIAL**” y “**CENSIAL**”, por cuanto comparten extensiones semejantes, la misma estructura vocálica (E-I-A) y raíces y terminaciones sumamente semejantes (ZEN/CEN y CIA/SIAL). Dichas coincidencias dan como resultado que adicionalmente los signos generen un impacto sonoro sumamente similar, razón por la cual, de permitirse la coexistencia de los signos confrontados, el consumidor difícilmente podrá diferenciarlos o pensar equivocadamente que se trata de una variación de las marcas que y conoce.

Finalmente, el aspecto figurativo del signo solicitado no le da el carácter diferenciador necesario para que las marcas puedan coexistir de manera pacífica en el comercio. Cabe indicar que los consumidores retienen con mayor facilidad la denominación de un signo pues es mediante su uso como adquieren los productos o servicios en el comercio y es esta parte del signo analizado la que entra en conflicto con la marca previamente registrada.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0026890

conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, fregar y raspar.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2024/0005382 Clase 25: Prendas de vestir*; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; shorts en cuanto prendas de vestir; prendas de corsetería; prendas de dormir; pareos [prendas de vestir]; prendas de cuero; prendas de punto; prendas de punto para llevar en la parte inferior; prendas de vestir para la intemperie; prendas de vestir para niños pequeños; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir resistentes al agua; prendas inferiores; prendas inferiores para adultos; prendas inferiores para caballero; prendas inferiores para niños; prendas inferiores para señora; prendas interiores de cuerpo entero; prendas interiores modeladoras; prendas superiores de caballero; prendas superiores para adultos; suspensorios en cuanto prendas de lencería; tops [prendas de vestir]; trajes de tres piezas [prendas de vestir].

Expediente SD2020/0029222 Clase 3: Colonias, perfumes y productos cosméticos; cosméticos; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos y preparaciones cosméticas; cosméticos y preparaciones de cuidado personal; productos cosméticos para uso personal; productos cosméticos y de belleza; agentes y preparaciones de limpieza; preparaciones de limpieza para uso doméstico; productos de limpieza; productos de limpieza en seco; líquidos y polvos de uso general para limpiar, lustrar y raspar; paños húmedos para limpiar, desempolvar o lustrar; preparaciones para limpiar pisos; preparaciones y sustancias para limpiar y lavar; toallitas de papel húmedas para limpiar la vajilla; amoníaco de limpieza; limpiadores para uso doméstico; detergentes para uso doméstico; jabones para uso doméstico; preparaciones blanqueadoras para uso doméstico; preparaciones desengrasantes para uso doméstico; productos químicos de uso doméstico para avivar los colores [lavandería]; bálsamos capilares; cremas capilares; lociones capilares*; preparaciones para tratamientos capilares; acondicionadores para el cabello; bálsamos para el cabello; cera para el cabello; champús y acondicionadores para el cabello; crema para peinar el cabello; enjuagues para el cabello; espumas y geles para

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° SD2025/0026890

peinar el cabello; geles, aerosoles, espumas y bálsamos para peinar y cuidar el cabello..

Expediente 13236177 Clase 3: Brillo a las hojas de las plantas (productos para dar), hojas de las plantas (productos para dar brillo a las), plantas (productos para dar brillo a las hojas de las), incienso (varillas de), varillas de incienso, agentes de secado para lavaplatos, agentes de secado para lavavajillas, aromatizar (productos para) el ambiente, láminas para refrescar el aliento, desodorantes para animales de compañía, duchas vaginales desodorantes o para la higiene personal, aloe vera (preparaciones de) para uso cosmético, preparaciones de aloe vera para uso cosmético, geles de masaje que no sean para uso médico, brillos de labios, bálsamos que no sean para uso médico, champús en seco, calcomanías decorativas para uñas, pegatinas decorativas para uñas, preparaciones con filtro solar, adhesivos [pegamentos] para uso cosmético, afeitado (lociones para después del), lociones para después del afeitado, cabello (iacas para el), lacas para el cabello, máscara de pestañas, pestañas (máscara de), popurrís aromáticos, aerosol (productos en) para refrescar el aliento, aliento (productos en aerosol para refrescar el), limpieza en seco (productos de), cera de parqué (decapantes para), decapantes para cera de parqué, antideslizante (cera) para suelos, cera antideslizante para suelos, pisos (cera antideslizante para), suelos (cera antideslizante para), antideslizantes (líquidos) para suelos, líquidos antideslizantes para suelos, pisos (líquidos antideslizantes para), suelos (líquidos antideslizantes para), aire comprimido enlatado para limpiar y quitar el polvo, blanqueadores (geles) para uso dental, geles blanqueadores para uso dental, detergente (paños de limpieza impregnados con), paños de limpieza impregnados con detergente, tela para pulir [alisar], tela de vidrio, vidrio (tela de), antitranspirantes (productos) [artículos de tocador], antitranspirantes (jabones), jabones antitranspirantes, pulir (trípoli para), trípoli para pulir, abrasivos *, abrasivos (papeles), papeles abrasivos, álcali volátil [amoniaco] [detergente], amoniaco [álcali volátil] [detergente], amoníaco [álcali volátil] [detergente], volátil (álcali) [amoniaco] [detergente], alumbre (piedras de) [astringentes], piedras de alumbre [astringentes], almendras (leche de) para uso cosmético, leche de almendras para uso cosmético, desoxidantes (productos), herrumbre (productos para quitar la), bronceadores, aromas [aceites esenciales], aromatizantes para bebidas [aceites esenciales], bebidas (aromatizantes para) [aceites esenciales], avivar los colores productos químicos de uso doméstico para) [lavandería], colores (productos químicos de uso doméstico para avivar los) [lavandería], baño (sales de) que no sean para uso médico, sales de baño que no sean para uso médico, barba (tintes para la), tintes para la barba, adelgazantes (preparaciones cosméticas), cosméticas adelgazantes (preparaciones), adhesivos para pestañas postizas, pestañas postizas (adhesivos para), pinturas (productos para quitar), desodorantes [productos de perfumería], calcomanías decorativas para uso cosmético, motivos decorativos para uso cosmético, astringentes para uso cosmético, decolorantes para uso cosmético, suavizantes para la ropa, dentaduras postizas (preparaciones para limpiar), limpiar dentaduras postizas (preparaciones para), limpiar prótesis dentales (preparaciones para), prótesis dentales (preparaciones para limpiar), cañerías (preparaciones para desatascar), preparaciones para desatascar cañerías, animales de compañía (champús para), champús para animales de compañía, lociones cosméticas (toallitas impregnadas de), toallitas impregnadas de lociones cosméticas, dentaduras postizas (preparaciones para pulir), prótesis dentales (preparaciones para pulir), pulir prótesis dentales (preparaciones para), limpiaparabrisas (líquidos), alisar (productos para) [lavandería], esencia de menta, menta (esencia de), menta para perfumería, jabones medicinales, cejas (cosméticos para las), almizcle [producto de perfumería], neutralizantes (productos) para permanentes, permanentes (productos neutralizantes para), champús, perfumes, postizas (uñas), uñas postizas, uñas (productos para el cuidado de las), papel pintado (productos para limpiar), papel tapiz (productos para limpiar), papel para pulir, pulir (papel para), papel de lija, vidrio (papel de) [lija], perfumería (productos de), cuidado de la piel (productos cosméticos para el), piel (productos

Ref. Expediente N° SD2025/0026890

cosméticos para el cuidado de la), jabones antitranspirantes para los pies, pies (jabones antitranspirantes para los), piedras para pulir, pulir (piedras para), piedra pómez, pómez (piedra), pomadas para uso cosmético, polvos de maquillaje, afeitar r-(productos de), desodorantes (jabones), jabones desodorantes, bolsitas para perfumar la ropa, perfumar la ropa .bolsitas para), perfumar la ropa (productos para), ropa (productos para perfumar la), safrol, jabón (pastillas de), pastillas de jabón, lejía de soda, lejía de sosa, soda (lejía de), sosa (lejía de), cejas (lápices de), lápices de cejas, talco de tocador, tintes cosméticos, trementina [producto desengrasante], aceite de trementina [producto desengrasante], esencia de trementina [producto desengrasante], terpenos, pulir [alisar] (tela para), tela abrasiva, aceites etéreos, esenciales (aceites), etéreos (aceites), extractos de flores [productos de perfumería], flores (extractos de) [productos de perfumería], maquillaje, limpieza (productos de), flores (bases para perfumes de), perfumes de flores (bases para), fumigación (productos de) [perfumes], aromatizantes de pastelería [aceites esenciales], pastelería (aromatizantes de) [aceites esenciales], aceite de gaulteria, gaulteria (aceite de), jalea de petróleo para uso cosmético, petróleo (jalea de) para uso cosmético, geraniol, grasas para uso cosmético, hidrógeno (peróxido de) para uso cosmético, peróxido de hidrógeno para uso cosmético, heliotropina, aceites para uso cosmético, aceite de jazmín, jazmín (aceite de), aceite de lavanda, lavanda (aceite de), aceites de limpieza, aceites de perfumería, aceites para perfumes y fragancias, aceite de rosas, rosas (aceite de), aceites de tocador, tocador (aceites de), lononas [productos de perfumería], lociones para uso cosmético, leches limpiadoras de tocador, preparaciones blanqueadoras [lavandería], tocador (productos de), colorantes para lavar y blanquear la ropa, lavar y blanquear la ropa (colorantes para), colorantes de tocador, tintes de tocador, conservantes para el cuero [betunes], cuero (conservantes para el) [betunes], corindón [abrasivo], animales (cosméticos para), cosméticos para animales, cosmética (neceseres de), neceseres de cosmética, cosméticos, algodón para uso cosmético, guata para uso cosmético, tiza para limpiar, quitamanchas, lápices para uso cosmético, cremas para pulir, pulir (cremas para), cremas cosméticas, soda [cenizas] para limpiar, sosa [cenizas] para limpiar, afeitar (pastas para suavizadores de navajas de), pastas para suavizadores de navajas de afeitar, suavizadores de navajas de afeitar (pastas para), ceras para el cuero, cremas para el cuero, cuero (cremas para el), detergentes que no sean para procesos de fabricación ni para uso médico, decapantes (soluciones), desengrasantes (productos) que no sean para procesos de fabricación, desmaquilladores, dentífricos, desinfectantes (jabones), jabones desinfectantes, desincrustantes para uso doméstico, diamantina [abrasivo], antiestáticos (productos) para uso doméstico, esmeril (papel de), papel de esmeril, lacas (productos para quitar), esmeril (tela de), tela de esmeril, tintes (productos para quitar), barnices (productos para quitar), lejía, agua de lavanda, lavanda (agua de), aguas perfumadas, perfumadas (aguas), aguas de tocador, tocador (aguas de), corteza de quillay para lavar, quillay (corteza de) para lavar, esmeril, incienso, depilatorios, depilatorios (productos), cera depilatoria, remojar la ropa (productos para), ropa (productos para remojar la), esencias etéreas, etéreas (esencias), aceites esenciales, zapatero (cera de), pez de zapatero, zapatero (pez de), cera de lavandería, lavandería (cera de), bigote (cera para el), cera para el bigote, cera para parqué, parqué (cera para), pisos (cera para), suelos (cera para), cera para pulir, cera de sastre, sastre (cera de), aceites esenciales de limón, citrón (aceites esenciales de), limón (aceites esenciales de), agua de colonia, colonia (agua de), blanquear la ropa (colorantes para lavar y), tintes para el cabello, cabello (preparaciones para ondular el), ondular el cabello (preparaciones para), pestañas postizas, postizas (pestañas), pestañas (cosméticos para), bruñir (preparaciones para), pulir (preparaciones para), betunes, encáusticos, pulir muebles y pisos (productos para), pulir muebles y suelos (productos para), brillo (productos para dar), cera de zapatero, rojo para pulir, jabones, avivar (jabones para) los colores de materias textiles, jabones para avivar los colores de materias textiles, añil de lavandería, añil para azulear la ropa, azulear la ropa (añil para), azulete, lavandería (añil de), badiana (esencia de), esencia de badiana, baño (preparaciones cosméticas para el), afeitar (jabón de),

Ref. Expediente N° SD2025/0026890

jabón de afeitar, labios (lápices de) [pintalabios], lápices de labios [pintalabios], pintalabios, bastoncillos de algodón para uso cosmético, hisopos para uso cosmético, belleza (mascarillas de), mascarillas de belleza, bergamota (esencia de), esencia de bergamota, blanco de España, blanco de tiza, aclarar la piel (crema para), crema para aclarar la piel, blanqueadores (productos) para el cuero, cuero (productos blanqueadores para el), blanqueadoras (sales), sales blanqueadoras, blanquear (soda para), blanquear (sosa para), soda para blanquear, sosa para blanquear, blanqueadores (productos) [lavandería], productos blanqueadores [lavandería], glaseado (productos de) para lavar la ropa, lavar la ropa (productos de glaseado para), maderas aromáticas, bucal (productos para la higiene) que no sean de uso médico, enjuagues bucales que no sean para uso médico, higiene bucal (productos para la) que no sean de uso médico, esmaltes de uñas, lacas de uñas, uñas (esmaltes de), uñas (lacas de), maquillaje (productos de), capilares (lociones), lociones capilares, carburos metálicos [abrasivos], carburo de silicio [abrasivo], silicio (carburo de) [abrasivo], aceites esenciales de cedro, cedro (aceites esenciales de), cenizas volcánicas para limpiar, volcánicas (cenizas) para limpiar, betunes para calzado, calzado (betunes para), calzado (cremas para), cremas para calzado, cabello (colorantes para el), cabello (tintes para el), colorantes para el cabello, adhesivos para postizos capilares, postizos capilares (adhesivos para), piedras para suavizar, suavizar (piedras para), afilar (productos para), amolar (productos para), afeitado (piedras astringentes para después del), piedras astringentes para después del afeitado, aceite de almendras, almendras (aceite de), almendras (jabón de), jabón de almendras, ámbar [productos de perfumería], almidón de lavandería para dar brillo, almidón para dar brillo, almidón [apresto], almidón de apresto [lavandería], apresto (almidón de) [lavandería], engrudo [almidón], pulir (rojo para), rojo de joyero.

Conexión competitiva entre productos de la clase 3 de los signos confrontados

En atención a los criterios de conexión competitiva, esta Dirección advierte que hay identidad de productos en las coberturas de la clase 3 de los signos estudiados, teniendo en cuenta que el signo solicitado pretende identificar *productos cosméticos y de perfumería*, los cuales se encuentran comprendidos en la cobertura de los signos previamente registrados en la clase 3.

Por lo anterior, es claro definir que los signos en conflicto al identificar productos idénticos comparten género, naturaleza, finalidades, canales de comercialización y de publicidad, lo que puede llevar a pensar equivocadamente al consumidor que se encuentra ante bienes ofrecidos por el mismo empresario, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Conexión competitiva entre productos de la clase 25 y productos de la clase 3

Esta Dirección advierte que, si bien estamos ante productos comprendidos en clases diferentes del nomenclador internacional, el consumidor podría asumir de manera razonable que los productos en cuestión provienen del mismo origen empresarial.

Ello obedece a que en la práctica es frecuente encontrar que el empresario que se dedica a los productos identificados con los signos antecedentes en la clase 25, tales como, *prendas de vestir*, entre otros, se dedica a su vez a los productos pretendidos con el signo solicitado en la clase 3, tales como, *cosméticos y perfumes*, teniendo en cuenta que se trata de productos relacionados con la moda y apariencia personal.

Configurándose así el riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

Ref. Expediente N° SD2025/0026890

“(...) 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.”

Aunado a lo anterior, los productos en cuestión, pueden compartir los mismos canales de comercialización, promoción y publicidad, configurando así una mayor conexidad competitiva, siendo normal encontrar en el mercado establecimientos donde se comercialicen ambos tipos de productos, generando con esto la equivocada noción de que se trata de productos que provienen de un mismo empresario o que el signo que se pretende registrar constituye una innovación de las marcas antecedentes.

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 ZENCIA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por SELLO GLOBAL S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a SELLO GLOBAL S.A.S., 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 22 de octubre de 2025

⁵ 3: Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, fregar y raspar.

Ref. Expediente N° SD2025/0026890



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS