

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 20341

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 1 de mayo de 2025, el señor **DANIEL FRANCISCO BERRIO CORREA**, solicitó el registro de la Marca **ELEVA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1077 del 29 de agosto de 2025, la sociedad **AMERICAN GAIA CORP.** presentó oposición con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“Ambas marcas comparten una construcción estructural similar, al contener elementos con alta carga distintiva que evocan significados simbólicos y femeninos. Aunque la marca solicitada añade una combinación de letras adicionales (“EV”), esta no representa un elemento diferenciador suficiente, ya que se trata de una alteración mínima en un signo de escasa longitud. No altera el núcleo ortográfico y semántico dominante, que es precisamente el signo registrado: “ELA”.

Existe una coincidencia visual relevante entre los signos, ya que ambos consisten en palabras cortas de tres y cuatro letras, altamente similares a la vista y en su configuración fonética. Esta estructura genera una similitud ortográfica, fonética y de impresión general, que incrementa significativamente la probabilidad de confusión ante el consumidor, sobre todo si se considera que ambos signos están destinados a un público femenino y se relacionan con industrias conexas como la moda y el cuidado personal.

Aunque la marca solicitada contiene una extensión fonética mediante las sílabas adicionales “-VA”, el consumidor tiende a percibir estas variantes fonéticas como equivalentes o fácilmente confundibles, más aún en contextos orales o auditivos, como la publicidad radial, el mercadeo en puntos de venta o recomendaciones informales. En estos escenarios, es altamente probable que el consumidor escuche, recuerde o repita solo la forma fonética predominante, lo que genera un riesgo directo de asociación con la marca registrada “ELA”.

Además de lo anterior, el término “ELEVA” no neutraliza la fuerte presencia sonora y conceptual de la marca “ELA”. Por lo tanto, existe una similitud fonética significativa, dado que el consumidor podría recordar, pronunciar o pedir solo “ELA” o confundirla con “ELEVA”, intercambiándolas de forma inconsciente, lo cual crea una confusión directa o por asociación sonora con la marca registrada, especialmente si se considera que ambas están orientadas al mismo nicho de mercado: el vestuario y moda en la clase 25.

Entre ambas marcas existe una coincidencia fonética relevante. El consumidor puede recordar o pedir “ELA”, olvidando el resto del signo solicitado, generando riesgo de asociación con “ELEVA”, cuya sonoridad también es distintiva y emocionalmente

¹ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

cargada.

Los productos de ambas marcas pertenecen a la misma clase y comparten funciones complementarias dentro del vestuario femenino. Prendas utilizadas directamente en conjunto con otras prendas exteriores, como vestidos, blusas, faldas o ropa formal, todas ellas incluidas en la protección de la marca “ELA”.

La forma de comercialización de ambos conjuntos de productos es coincidente: se venden en tiendas de ropa, almacenes por departamento, catálogos, boutiques especializadas, e-commerce y eventos de moda, generando aún mayor riesgo de confusión o asociación.

El público objetivo es idéntico: consumidores (principalmente mujeres) interesados en moda, vestuario, cuidado de la figura, estética y estilo personal. Tanto las prendas de vestir responden a un mismo impulso de consumo asociado al mejoramiento o expresión de la imagen personal.

Dada la conexidad competitiva anteriormente descrita, la coexistencia de ambas marcas en el mercado es susceptible de inducir al consumidor al error, en cualquiera de las siguientes formas: • Confusión directa, al creer que se trata del mismo signo o de la misma empresa. • Confusión indirecta o riesgo de asociación, al pensar que existe un vínculo empresarial, licenciamiento, alianza o relación económica entre las marcas.

Mi representada, AMERICAN GAIA CORP., es titular de diversas marcas registradas ante la Superintendencia de Industria y Comercio, en las clases 09, 14, 18, 25 y 35 Internacional de Niza, que comparten como denominador común el término “ELA”, conformando así una reconocida y consolidada familia de marcas con elevada fuerza distintiva en el mercado. Esta circunstancia ha generado que el consumidor, de manera natural y legítima, identifique la denominación “ELEVA” como un indicativo claro del origen empresarial de los productos o servicios ofrecidos por mi representada.”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, el señor **DANIEL FRANCISCO BERRIO CORREA**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“El elemento sobre el cual la contraparte funda su acción se compone en tipografía delgada, mayúscula y sumamente estilizada.

El signo que fundamenta la oposición se dispone en tipografía gruesa, mayúscula y poca distintiva.

El signo solicitado dispone en su aspecto gráfico en la disposición de una letra “E” volteada con una línea horizontal arriba, e, igualmente, cuenta con un semitriángulo en forma de “A”.

El signo que fundamenta la oposición no cuenta con un aspecto gráfico distintivo.

El signo solicitado evoca la idea de elevar.

El signo opositor evoca la idea de “Ella” el sexo femenino.

Expuestos los componentes gráficos de los signos en conflicto, se solicita al director de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industrias y Comercio que tome estos como un elemento de relevancia para realizar su análisis sobre la confundibilidad predicable entre las marcas bajo estudio.

Se procederá analizando los elementos relacionados con la escritura de los signos distintivos tales como el orden, la secuencia de las letras, la longitud, el número de

Resolución N° 20341

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

sílabas, etc. Lo anterior, según los criterios de comparación del Tribunal Andino.

Longitud de los signos distintivos	
Signo solicitado	Signo Previo
El signo solicitado se compone de 05 letras.	El signo previo está compuesto por 03 letras.

Número de sílabas que componen los signos	
Signo solicitado	Signo previo
El signo solicitado se dispone en 03 sílabas.	El signo previo está compuesto por 02 sílabas.

Sílabas tónicas entre los signos en conflicto	
Signo solicitado	Signo previamente solicitado
el'eBa	'ela

La marca solicitada no tiene similitud ortográfica capaz de llevar a un riesgo de confusión o asociación entre los signos en conflicto, ya que no comparten longitudes, secuencia de vocales, número de sílabas, sílaba tónica, terminaciones y raíces. Por otro lado, es preciso tener en consideración que la marca opositora se compone de un vocablo de uso común, teniendo en consideración su uso reiterado en las clases conexas.

Así las cosas, para el estudio de los elementos conceptuales constitutivos del signo solicitado por mi mandante presta especial importancia la observación en conjunto de la expresión: "eleva", significa según el diccionario de la real academia española: tr. levantar (|| mover hacia arriba). U. t. c. prnl.

En contraste, la marca previa cuenta con la expresión "ELA", evoca la expresión "ELLA" siendo su significado según el diccionario de la real academia española: pron. person. 3.ª pers. m., f. y n. Forma que, en nominativo o precedida de preposición, designa a la persona, el animal o la cosa de los que se habla, por oposición a quien enuncia el mensaje y a su destinatario. Ellos son los culpables. Le llevé el informe, pero no se refirió a él en ningún momento."

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causal 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.



Ref. Expediente N° SD2025/0040442

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.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

El signo mixto “ELA” citado como antecedente por parte de la sociedad opositora **AMERICAN GAIA CORP.** y asignado al expediente SD2025/0056214 no será tenido en cuenta como antecedente válido en el presente trámite, toda vez que fue solicitado para registro el 11 de junio de 2025, es decir, en una fecha posterior a la solicitud del signo ELEVA (mixto). Adicionalmente, a la fecha, tampoco ha sido registrado toda vez que se encuentra **bajo oposición** en el expediente SD2025/0076114.

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 (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.

Resolución N° 20341

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ELA OUTLET	AMERICAN GAIA CORP.	SD2022/0142473	11	35	Marca	Registrada	5 de septiembre de 2033
Mixta	ELA ELA ELA	AMERICAN GAIA CORP.	SD2022/0142587	11	14	Marca	Registrada	22 de marzo de 2034
Nominativa	ELA GIRL	AMERICAN GAIA CORP.	SD2018/0026901	11	35	Marca	Registrada	8 de octubre de 2028
Mixta	ELA OUTLET	AMERICAN GAIA CORP.	SD2022/0142458	11	25	Marca	Registrada	5 de septiembre de 2033
Mixta	ELA ELA ELA	AMERICAN GAIA CORP.	SD2022/0142598	11	18	Marca	Registrada	29 de noviembre de 2033
Mixta	ELA KIDS	AMERICAN GAIA CORP.	SD2022/0142704	11	25	Marca	Registrada	25 de julio de 2034
Mixta	ELA ELA ELA	AMERICAN GAIA CORP.	SD2022/0142615	11	25	Marca	Registrada	4 de diciembre de 2033
Mixta	ELA ELA ELA	AMERICAN GAIA CORP.	SD2022/0142669	11	35	Marca	Registrada	19 de julio de 2033
Nominativa	ELA GIRL	AMERICAN GAIA CORP.	SD2018/0026894	11	25	Marca	Registrada	8 de octubre de 2028
Mixta	ELA	AMERICAN GAIA CORP.	10021068	9	14	Marca	Registrada	18 de agosto de 2030
Nominativa	WWW.ELA.COM.CO	AMERICAN GAIA CORP.	10021069	9	38	Marca	Registrada	24 de noviembre de 2030
Mixta	ELA	AMERICAN GAIA CORP.	01089582	7	25	Marca	Registrada	14 de junio de 2032
Mixta	ELA	AMERICAN GAIA CORP.	09130883	9	25	Marca	Registrada	31 de mayo de 2030
Mixta	ELA	AMERICAN GAIA CORP.	11037959	9	18	Marca	Registrada	29 de agosto de 2031
Mixta	ELA TATTOOS	AMERICAN GAIA CORP.	15102507	10	3	Marca	Registrada	27 de octubre de 2025
Mixta	ELA TATTOOS	AMERICAN GAIA CORP.	15102522	9	16	Marca	Registrada	30 de noviembre de 2025
Mixta	ELA	AMERICAN GAIA CORP.	11052490	9	35	Marca	Registrada	7 de diciembre de 2025
Mixta	ELA	AMERICAN GAIA CORP.	12229045	9	9	Marca	Registrada	17 de julio de 2033
Mixta	ela	AMERICAN GAIA CORP.	SD2025/0056204	12	18	Marca	Registrada	18 de diciembre de 2035
Mixta	ela	AMERICAN GAIA CORP.	SD2025/0056225	12	35	Marca	Registrada	9 de marzo de 2036
Mixta	ela	AMERICAN GAIA CORP.	SD2025/0056197	12	14	Marca	Registrada	15 de enero de 2036
Mixta	ELA ACTIVE	AMERICAN GAIA CORP.	SD2025/0046602	12	25	Marca	Registrada	12 de diciembre de 2035
Mixta	ela	AMERICAN GAIA CORP.	SD2025/0056174	12	3	Marca	Registrada	5 de diciembre de 2035
Mixta	ela	AMERICAN GAIA CORP.	SD2025/0056187	12	9	Marca	Registrada	6 de febrero de 2036



Ref. Expediente N° SD2025/0040442

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	ELEVATED LIVING	DANIEL OMAR CHAVEZ SAUL	SD2021/0003160	11	3	Marca	Registrada	24 de junio de 2031

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado



ELEVA

El signo mixto solicitado está compuesto por la expresión "ELEVA" letra negra y gruesa; la segunda "E" –invertida- posee un trazo horizontal superior independiente y la "A" final se representa mediante dos líneas diagonales convergentes sin trazo transversal.

Signos opositores



ELA, ELA OUTLET, ELA KIDS, ELA, ELA, ELA, ELA TATTOOS, ELA, ELA, ELA ACTIVE, ELA OUTLET

Las marcas de la sociedad opositora son nominativas y mixtas, teniendo como elemento común la expresión "ELA", que se presenta en mayúsculas. Los signos mixtos de la opositora se diferencian por el uso de elementos gráficos variados: uno incluye la palabra "OUTLET" debajo, otro la ubica dentro de un círculo, uno la combina con la palabra "Kids", otro la presenta con una tipografía geométrica estilizada, otro sobre un fondo texturizado y, finalmente, uno la asocia con la palabra "TATTOOS".

Antecedente



(Nominativa)

El signo nominativo hallado de oficio consta de la expresión “ELEVATED LIVING”.



Ref. Expediente N° SD2025/0040442

Familia de marcas de la sociedad opositora

El hecho que la sociedad **AMERICAN GAIA CORP.** incluya de forma reiterada la misma expresión “ELA” en buena parte de sus marcas, nos hace concluir que estamos ante una familia de marcas. Lo anterior, toda vez que cuenta con una gran variedad de registros que le otorgan una protección reforzada únicamente sobre esa configuración específica.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos y nominativos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y nominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos.⁴

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”*.⁵

El Tribunal ha reiterado que: *“en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos.*

El gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de concepto (...)”.⁶

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto se estableció que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual y el acompañamiento o no de un gráfico (...)”.⁷

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26 de 1998.

⁷ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera reiteró: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente análisis es de señalar que teniendo en cuenta que, en el signo solicitado y en las marcas mixtas opositoras predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética.** Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.*
- b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema.***
- c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar,** ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*
- d) Se debe observar el orden de las vocales,** toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.*
- e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor,** pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*
- f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁸***

Análisis comparativo con las marcas opositoras

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, se trata de un signo de naturaleza mixta, conformado por la expresión ELEVA y elementos gráficos consistentes en una tipografía sans-serif de corte minimalista, caracterizada por una línea sobre la

⁸ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

segunda vocal "E" y una letra "A" estilizada sin trazo transversal. Por su parte, la familia de marcas opositoras son principalmente mixtas, conformadas por la expresión ELA y que integran términos complementarios como "Kids", "Outlet", "Tattoos" o "Active", bajo estructuras gráficas que incluyen marcos lineales y variaciones tipográficas.

Al realizar un análisis en conjunto de cada signo, puede observarse que la impresión general generada en el consumidor es marcadamente diferente. El signo solicitado se percibe como una unidad de tres sílabas de estructura técnica y moderna, donde los grafismos de la letra "A" y la línea horizontal sobre la "E" le otorgan una identidad visual propia y diferenciada. En contraste, las marcas opositoras se definen por la brevedad de un vocablo bisílabo que proyectan una imagen comercial distinta. Esta disparidad en la extensión denominativa y en la configuración estética impide que el público asocie ambos signos como parte de una misma unidad empresarial.

A juicio de esta Dirección, no existe una raíz léxica común que vincule ambas denominaciones; el término ELEVA evoca claramente una acción de ascenso, crecimiento o superación, mientras que ELA se percibe como una sigla, pronombre o un nombre propio abstracto. Esta diferencia conceptual es suficiente para que el consumidor diferencie los signos sin mayor esfuerzo, eliminando cualquier riesgo de confusión. Así, mientras que en las marcas opositoras el núcleo se agota en la brevedad de las tres letras que componen "ELA", en el signo solicitado la estructura de sus letras y la particularidad de sus rasgos gráficos actúan como los componentes de mayor impacto y recordación.

Desde la óptica fonética y ortográfica, la ubicación de la sílaba tónica y la secuencia vocálica refuerzan la distinción. En ELEVA, el acento recae en la penúltima sílaba, generando una sonoridad extendida que contrasta con la acentuación inicial y la rapidez fonética de ELA. Ortográficamente, la presencia de cinco letras frente a tres y la configuración visual lineal del signo solicitado se sobreponen de forma clara a la tenue coincidencia en las dos letras iniciales "E" y "L". En el presente caso, se puede concluir que las similitudes son marginales y no poseen la entidad necesaria para confundir a un consumidor promedio, quien identificará en el signo solicitado una marca con autonomía e independencia frente a la familia opositora.

En conclusión, tras efectuar el cotejo detallado bajo los parámetros del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, este despacho determina la inexistencia de riesgo de confusión o asociación entre los signos objeto de análisis. La marcada diferencia en la estructura gramatical, la total ausencia de identidad conceptual y la disparidad en el impacto visual y fonético garantizan que no se materialicen los aludidos riesgos.

Teniendo en cuenta que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos identificados por los mismos.

Análisis comparativo con la marca hallada de oficio

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, conformado por la expresión ELEVA y elementos gráficos consistentes en una tipografía *sans-serif* con una línea sobre la segunda vocal "E" y una letra "A" estilizada sin trazo transversal. Por su parte, la marca hallada de oficio es de naturaleza nominativa conformada por la expresión ELEVATED LIVING.

Según las reglas definidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, las expresiones de uso común o descriptivas carecen de distintividad y deben ser excluidas del cotejo. En el presente caso, esta Dirección observa que la segunda expresión

Resolución N° 20341

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

contenida en el signo hallado de oficio –LIVING- es de uso común para los productos objeto de análisis en las Clases 25 y 3⁹, toda vez que en el mercado de la moda y la cosmética alude a un estilo de vida o bienestar general, por lo que no será considerada como un elemento distintivo dentro del cotejo marcario.

Al efectuar el análisis de los dos signos, se advierte que la carga de recordación de ambos recae en la raíz léxica ELEVA-. A juicio de esta Dirección, existe una identidad conceptual y semántica de alto impacto entre ELEVA y ELEVATED, pues mientras el primero actúa como una orden o acción en castellano¹⁰, el segundo representa su estado resultante o conjugado en inglés¹¹. Esta equivalencia ideológica es el factor determinante en el presente caso, toda vez que el consumidor promedio asocia inmediatamente ambos términos con el concepto de ascenso o superioridad, asumiendo que el signo solicitado podría ser una variación gramatical o una versión simplificada de la marca de oficio.

Ortográficamente, la coincidencia en el lexema común es absoluta, lo que genera que los estilismos gráficos del signo solicitado resulten accesorios frente a la fuerza denominativa compartida, siendo insuficientes para dotar al signo de la autonomía necesaria frente a la marca registrada. Fonéticamente, pese a la diferencia técnica en la pronunciación anglosajona, la tendencia del consumidor nacional a "castellanizar" expresiones extranjeras -en este caso por la raíz común ELEVA- genera una proximidad sonora que la terminación -TED no desvirtúa. En el tráfico mercantil real, esta identidad ortográfica propicia una articulación similar que acentúa el riesgo de confusión y asociación.

En suma, esta Dirección estima que existe riesgo de confusión y de asociación entre el signo solicitado y la marca hallada de oficio. La primacía de la identidad conceptual y la coincidencia en el elemento de mayor impacto impiden que el signo ELEVA cuente con la distintividad extrínseca para evitar la confusión del consumidor. Lo anterior, sumado al ya referido carácter débil y común de la expresión secundaria LIVING de la marca registrada.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

9

Expediente	Signo	Vigencia	Estado	Titular	Cl. Niza
04083668	LIVING PROOF	15 nov. 2035	Registrada	THE PROCTER & GAMBLE COMPANY	3
07028913	FOREVER LIVING PRODUCTS	08 ago. 2028	Registrada	ALOE VERA OF AMERICA, INC.	3
15291400	CLUTHING LIVING	27 may. 2026	Registrada	JOSE ANDRES CIPAGAUTA ESCANDON	25
SD2016/0031822	LIVING BY GIANNI GARETTI	24 mar. 2028	Registrada	MODA INTERNACIONAL LTDA.	25
SD2017/0045140	GLOBAL LIVING	01 feb. 2028	Registrada	GRUPO GFC SAS	25, 35
SD2019/0068331	NBN LIVING	27 may. 2030	Registrada	OSCAR HUMBERTO HERNANDEZ GARCÍA	3
SD2020/0046288	IT'S [+] ABOUT LIVING	17 nov. 2030	Registrada	MORE LIFE GROUP S.A.S.	25
SD2020/0061208	LIVING LAB	25 mar. 2031	Registrada	STILOTEX S.A.S.	3, 21, 24, 25, 28, 30
SD2021/0014782	LIVING ROSE	26 oct. 2031	Registrada	ALEJANDRO ALBERTO MONTOYA SOLANO	3
SD2021/0032043	USL URBAN STYLE LIVING	17 ene. 2032	Registrada	NICOLAS JARAMILLO MEDINA	25
SD2021/0037960	Living Libations	14 oct. 2031	Registrada	Flowers Shining Everywhere Inc.	3, 4, 30
SD2021/0055189	LIVING MAX SUPPORT	27 dic. 2031	Registrada	ORTIX SAS	3, 5, 10, 12
SD2023/0040950	Living Culture LC	05 jun. 2034	Registrada	Angel Manuel Ricardo	25
SD2023/0101964	MERCH LIVING	12 nov. 2034	Registrada	DANIEL VILLEGAS NARANJO	25

¹⁰ <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/elevar>

¹¹ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/elevated>



Ref. Expediente N° SD2025/0040442

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

El signo confrontado identifica:

Expediente	Productos
------------	-----------

SD2021/0003160	(3): Aceites esenciales; Productos para el cuidado de la piel; Productos para el cuidado del cabello; Cosméticos; aceites esenciales aromáticos; aceites esenciales de aromaterapia; aceites esenciales para aparatos ambientadores de interior; aceites esenciales naturales; aceites esenciales para aromatizar bebidas; aceites esenciales para uso cosmético; aceites esenciales para uso personal; aromatizantes para bebidas [aceites esenciales].
-----------------------	---

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Análisis de Conexidad Competitiva entre la clase 25 de la solicitante y la clase 3 de la marca hallada de oficio

A juicio de esta Dirección, se configura el criterio de **razonabilidad** entre las prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería (cobertura del solicitante) y los aceites esenciales, productos para el cuidado de la piel, productos para el cuidado del cabello y cosméticos (cobertura de la marca registrada). En la realidad económica del mercado nacional e internacional, es imperativo reconocer la transversalidad existente entre la industria de la moda y la del cuidado personal. Es una práctica comercial notoria y habitual que las casas de moda y empresas de confección extiendan su presencia de marca hacia líneas de perfumería y cosmética, lo cual genera en el consumidor la convicción razonable de que ambos grupos de productos, al estar identificados por signos tan similares, provienen de un mismo origen empresarial o están vinculados económicamente.

Adicionalmente, se evidencia que estos bienes comparten canales de comercialización y puntos de venta comunes, tales como grandes superficies, boutiques de estilo de vida y tiendas por departamento, donde las prendas de vestir y los artículos de sombrerería (cobertura del solicitante) suelen exhibirse en proximidad con los cosméticos y productos para el cuidado de la piel (marca registrada). Esta convergencia en el lugar de expendio, sumada a que ambos productos se dirigen al mismo público objetivo bajo una finalidad estética y de imagen personal, refuerza la imposibilidad de que coexistan marcas semejantes sin confundir al público o que haya asociación respecto al origen empresarial.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Ref. Expediente N° SD2025/0040442

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **AMERICAN GAIA CORP.**

ARTÍCULO 2: **Negar** el registro de la Marca **ELEVA** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹², solicitada por el señor **DANIEL FRANCISCO BERRIO CORREA**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar al señor **DANIEL FRANCISCO BERRIO CORREA**, solicitante del registro y a la sociedad **AMERICAN GAIA CORP.** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma y advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

¹² **25:** Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.