

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23372

Ref. Expediente N° SD2025/0080060

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 12 de agosto de 2025, Luz Elena Colonia Orozco, Ana Maria Colonia Orozco y Mario Alberto Alzate arbelaez, solicitaron el registro de la Marca Velyssia (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. 1077, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

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

¹ 3: Bálsamos capilares no medicinales; lociones capilares reparadoras no medicinales; preparaciones capilares no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; tratamientos desecantes capilares para uso cosmético; champús capilares; cremas capilares; lociones capilares reparadoras no medicamentosas.

Ref. Expediente N° SD2025/0080060

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

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	Elyssa Ly Moda	Cindy Elyssa Hernández Rodríguez	SD2024/0068121	12	25, 42	Marca	Registrada	15 sept. 2035
Mixta	Elysium	INVERSIONES SION 2010 S.A.S	SD2020/0060370	11	3	Marca	Registrada	15 dic. 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

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.



Ref. Expediente N° SD2025/0080060

El signo solicitado	Las marcas registradas
	
	

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos marcarios, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto de recordación en el consumidor, por ser aquellas las que emplearía para pedir los productos y servicios solicitados o protegidos con éstos.

Bajo este entendido, al analizar los signos en su conjunto, de manera sucesiva y no simultánea, se advierte que el signo solicitado VELYSSIA resulta similarmente confundible desde el aspecto ortográfico y fonético con los signos antecedentes ELYSSA LY MODA y ELYSIUM.

Dicho lo anterior, en cuanto al signo antecedente ELYSSA LY MODA, se observa que el signo solicitado VELYSSIA, comparte similar estructura central en la secuencia de letras -E-L-Y-S-S- para con elemento relevante ELYSSA de la marca registra, de la siguiente



Ref. Expediente N° SD2025/0080060

forma: V-ELYSS-I-A / ELYSSA LY MODA, sin que la adición de la consonante “V” y vocal “I” que hace el signo solicitado constituya un cambio lo suficientemente relevante capaz de desplazar las semejanzas encontradas.

Por otra parte, respeto del signo antecedente ELYSIUM, se encuentra que el signo solicitado VELYSIA, comparte, en igual sentido, una similar estructura central en la secuencia de letras -E-L-Y-S-S-I- / E-L-Y-S-I-, de la siguiente forma: V-ELYSSI-A / ELYSIUM, sin que la adición de las consonantes “V” y “S” y de la vocal “A” que hace el signo solicitado, tenga la suficiente capacidad extrínseca de diferenciar los signos en conflicto en el mercado, sin que el consumidor los confunda.

Asimismo, se configura similitud fonética entre VELYSIA, ELYSSA y ELYSIUM, derivada de la disposición de fonemas comunes /e/, /l/, /i/, /s/, /s/, así como de una cadencia sonora similar marcada por la presencia del fonema doble /s/ en posición medial y con una acentuación en la sílaba inicial “ELYS”, lo que produce una cadencia sonora similar y fácilmente asociable por el consumidor.

Finalmente, en cuanto al aspecto figurativo que integra el signo solicitado, que consiste en la expresión VELYSIA, en grafía especial, no resulta ser suficiente para mitigar las semejanzas entre los signos en conflicto, ni constituirse como un signo independiente frente al público consumidor.

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 que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 3: Bálsamos capilares no medicinales; lociones capilares reparadoras no medicinales; preparaciones capilares no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; tratamientos desecantes capilares para uso cosmético; champús capilares; cremas capilares; lociones capilares reparadoras no medicamentosas.

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° SD2025/0080060

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2024/0068121

Clase 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; Ropa para mujeres; ropa exterior para mujeres; prendas de vestir; blusas [prendas de vestir]; bodys [prendas de vestir]; chaquetas ligeras [prendas de vestir]; gabardinas [prendas de vestir]; pañuelos para la cabeza [prendas de vestir]; prendas de vestir bordadas; prendas de vestir biodegradables; prendas de vestir de lino; prendas de vestir de seda; prendas de vestir impermeables; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para seres humanos; tops [prendas de vestir]; pantalones; pantalon corto; faldas pantalón; pantalones bombachos; pantalones cargo; pantalones de mujer; pantalones de vestir; pantalones de yoga; pantalones largos; trajes pantalón; pantalones cortos de señora; trajes pantalón de señora; chaquetas; chaquetas casual; chaquetas de dril; chaquetas de punto; chaquetas de seda; chaquetas de traje; chaquetas ligeras; trajes de chaqueta; trajes chaqueta; chaquetas de manga larga; chaquetas en cuanto prendas de vestir; trajes de falda y chaqueta; trajes de chaqueta y pantalón; ropa; pañoletas [ropa]; ropa de confección; ropa de exterior; ropa de; lino; ropa de seda; ropa exterior; ropa informal; tops [ropa]; blusas [ropa de negocios]; bléisers [ropa de negocios]; blazers [ropa de negocios]; trajes de tres piezas [ropa]; blusas; blusas camiseras; blusas de espalda descubierta; blusas de manga corta; blusas de manga larga; faldas; faldas de punto; faldas plisadas; trajes de falda; chales de algodón; chaquetas de algodón; ropa de algodón; vestimenta de algodón; prendas de vestir de; algodón.

Expediente SD2020/0060370

Clase 3: Cosméticos; aceites cosméticos; aceites cosméticos para la piel; aceites para después del sol [productos cosméticos]; aceites de protección solar [cosméticos]; aerosoles cosméticos de uso tópico para la piel; autobronceadores [cosméticos]; colonias, perfumes y productos cosméticos; correctores de imperfecciones [productos cosméticos]; cosméticos para las cejas; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos de juguete para niños; cosméticos para pestañas; cosméticos y preparaciones cosméticas; cosméticos y preparaciones de cuidado personal; cremas y geles cosméticos para cara, manos y cuerpo; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; exfoliantes corporales cosméticos; geles bronceadores [cosméticos]; geles para después del sol [productos cosméticos]; geles hidratantes [cosméticos]; jabones cosméticos; leches bronceadoras [cosméticos]; leches para después del sol [productos cosméticos]; limpiadores para pinceles cosméticos; lociones hidratantes [cosméticos]; lociones hidratantes para el cuerpo [cosméticos]; lociones hidratantes para la piel [cosméticos]; parches cosméticos con filtro y pantalla solar para aplicar sobre la piel; pañitos de limpieza impregnados con productos cosméticos; polvos compactos para polveras [cosméticos]; polvos faciales cosméticos; polvos faciales cosméticos de color blanco; polvos, cremas y lociones cosméticos para la cara, las manos y el cuerpo; preparaciones hidratantes [cosméticos]; preparaciones de protección solar [productos cosméticos]; productos cosméticos en aerosol para el cuidado de la piel; productos cosméticos para el cuidado de la piel; productos cosméticos decorativos; productos cosméticos para la piel; productos cosméticos para uso personal; productos cosméticos y de belleza; productos cosméticos y de maquillaje; productos cosméticos y de tocador; productos cosméticos, a saber, leches, lociones y emulsiones; productos cosméticos, a saber, lociones; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; productos de revestimiento para esculpir uñas [productos cosméticos]; protectores solares para los labios [productos cosméticos]; tatuajes temporales con fines cosméticos; tintes cosméticos; toallitas impregnadas de

Ref. Expediente N° SD2025/0080060

productos cosméticos; tónicos cosméticos para la cara; cremas cosméticas reafirmantes para el contorno de ojos; cremas para los ojos; cremas para los ojos de uso cosmético; desmaquillantes de ojos; geles para los ojos; geles para los ojos de uso cosmético; lociones para los ojos; lociones para los ojos de uso cosmético; lápices de ojos; lápices perfiladores de ojos; maquillajes de ojos; perfiladores de ojos; sombras de ojos; sombras de ojos en polvo o en lápiz; adhesivos para fijar cejas postizas; lápices de cejas; adhesivos para fijar uñas y pestañas postizas; adhesivos para pestañas postizas; adhesivos para pestañas, cabello y uñas postizos; máscara de pestañas; pestañas postizas; bases neutralizantes para labios; brillos de labios; cremas para los labios; cremas para los labios de uso cosmético; estuches para pintalabios; exfoliantes para labios; lápices de labios [pintalabios]; perfiladores de labios; preparaciones para el cuidado de los labios; preparaciones no medicinales para el cuidado de los labios; protectores solares para los labios; productos no medicinales para enjuagarse la boca y hacer gargarismos; productos no medicinales para lavarse y enjuagarse la boca; rubores para las mejillas; bases de maquillaje; bases de maquillaje en crema; bases de maquillaje cremosas; bases de maquillaje líquidas; cola de maquillaje para uso cosmético; lápices de maquillaje; maquillaje; maquillaje para la cara y el cuerpo; maquillaje para el cuerpo; maquillaje para polveras; maquillajes de base en crema; maquillajes faciales; polvos de maquillaje; preparaciones de maquillaje para la cara y el cuerpo; productos de maquillaje; cera para el cabello; champús para el cabello; champús para el cabello humano; champús y acondicionadores para el cabello; colorantes para el cabello; crema para peinar el cabello; cremas para el cabello; cremas para el cabello de uso cosmético; decolorantes para el cabello; enjuagues para el cabello; enjuagues para el cabello de uso cosmético; enjuagues de color para el cabello; espumas para el cabello; espumas y geles para peinar el cabello; fijadores para el cabello; geles para el cabello; geles y espumas para el cabello; geles, aerosoles, espumas y bálsamos para peinar y cuidar el cabello; lacas para el cabello; lacas y geles fijadores para el cabello; lociones para el cabello; lociones fijadoras para ondular el cabello; lociones para fortalecer el cabello; lociones para ondular el cabello de forma permanente; lociones para rizar el cabello; lociones, cremas y preparaciones para el cuidado de la cara, cuerpo, cuero cabelludo, uñas y cabello; mechas y reflejos [preparaciones para iluminar el cabello]; polvos para lavar el cabello; pomadas para el cabello; pomadas para el cabello de uso cosmético; preparaciones para alisar el cabello; preparaciones cosméticas para el cabello y el cuero cabelludo; preparaciones cosméticas para el cuidado del cabello; preparaciones cosméticas para impedir el crecimiento del cabello; preparaciones para el cuidado del cabello; preparaciones para desrizar el cabello; preparaciones para lavar el cabello; preparaciones para marcar el cabello; preparaciones para ondular y rizar el cabello de forma permanente; preparaciones para rizar el cabello; preparaciones para teñir el cabello; preparaciones para teñir y decolorar el cabello; productos para aclarar el cabello; productos decolorantes para el cabello; productos de enjuague para el cabello [champús acondicionadores]; productos hidratantes para el cabello; revitalizantes para el cabello; suavizantes para el cabello; tintes y decolorantes para el cabello; tinturas para el cabello [tintes]; tonificantes para el cabello; tonificantes para el cabello para uso cosmético; aclaradores de uñas; adhesivos para uñas postizas; bases para esmaltes de uñas; brillos de uñas; brillos de uñas para aplicar sobre el esmalte; calcomanías para las uñas; cremas para las uñas; cremas para las uñas de uso cosmético; endurecedores de uñas; esmaltes de uñas para uso cosmético; esmaltes de uñas y quitaesmaltes; lacas de uñas; lociones para fortalecer las uñas; lápices para aplicar el esmalte de uñas; lápices quitaesmaltes de uñas; pegatinas decorativas para uñas; preparaciones cosméticas para el cuidado de las uñas; preparaciones para pulir las uñas; preparaciones para retirar uñas de gel; productos para ablandar las uñas; productos para el cuidado de las uñas; puntas de uñas; reparadores de uñas; uñas postizas; uñas postizas de metales preciosos; jabones para las manos; lociones para las manos; lociones para las manos de uso cosmético; lociones tónicas para el rostro, el cuerpo y las manos; lociones tónicas para el rostro, el cuerpo y las manos de uso cosmético; preparaciones

Ref. Expediente N° SD2025/0080060

para limpiarse las manos; cremas acondicionadoras para la piel, de uso cosmético; cremas para broncear la piel; cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas cosméticas para la piel; cremas limpiadoras para la piel; cremas no medicinales para la piel; cremas para la piel; cremas para la piel de uso cosmético; emolientes para la piel; emulsiones, geles y lociones para el cuidado de la piel; espumas para el cuidado de la piel; espumas limpiadoras para la piel; exfoliantes para la piel; geles para acelerar, realzar y prolongar el bronceado de la piel; hidratantes para la piel; jabones para la piel; lociones cosméticas para el bronceado de la piel; lociones cosméticas para el cuidado de la piel; lociones, cremas y aceites de aplicación tópica para la piel y el cuerpo, de uso cosmético; mascarillas hidratantes para la piel; mascarillas para la piel; mascarillas para la piel de uso cosmético; preparaciones antiarrugas para el cuidado de la piel; preparaciones antienvjecimiento para el cuidado de la piel; preparaciones para blanquear la piel; preparaciones para el bronceado de la piel; preparaciones cosméticas para el bronceado de la piel; preparaciones para el cuidado de la piel; bálsamos para el afeitado; bálsamos para el cabello; bálsamos capilares; bálsamos para después del afeitado; bálsamos labiales; cremas, aceites, lociones, aerosoles, lápices y bálsamos para uso cosmético; aceite de menta [perfumería]; desodorantes corporales [productos de perfumería]; extractos de flores [productos de perfumería]; fragancias y productos de perfumería; productos de perfumería; ámbar [productos de perfumería]; almohadillas, toallitas o pañitos húmedos o impregnados de preparaciones limpiadoras; pañitos de limpieza impregnados con preparaciones de tocador; toallitas para la higiene femenina; toallitas impregnadas con un limpiador de la piel; toallitas impregnadas de lociones cosméticas; toallitas impregnadas de preparaciones desmaquillantes; toallitas o paños impregnados de productos limpiadores para la piel; cremas y lociones cosméticas para el cuidado de la cara y el cuerpo; jabones para el cuidado del cuerpo; lociones para el cuidado del rostro y del cuerpo; preparaciones cosméticas para el cuidado bucal; preparaciones cosméticas para el cuidado del cuerpo; preparaciones cosméticas de cuidado facial; preparaciones cosméticas para el cuidado y el tratamiento de la piel; aceites para el cuerpo; aceites para el cuerpo de uso cosmético; aerosoles perfumados para el cuerpo; baños no medicinales para el cuerpo; cremas de belleza para el cuerpo; cremas de belleza para el rostro y el cuerpo; cremas cosmética para el cuerpo; desodorantes para el cuerpo; emulsiones para el cuerpo; exfoliantes para el cuerpo; exfoliantes para el cuerpo de uso cosmético; jabones en crema para el cuerpo; jabones para el cuerpo; jabón líquido para el cuerpo; leches para el cuerpo; leches para el rostro y el cuerpo; aguas de tocador; aguas de tocador y aguas de colonia; perfumes y aguas de colonia; perfumes y aguas de tocador; perfumes, aguas de colonia y productos para después del afeitado.

Conexidad competitiva entre productos de la misma clase 3 (Criterio de identidad y razonabilidad)

En primer lugar, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios, y que, en una misma clase, pueden encontrarse artículos agrupados principalmente por criterios de abstracta finalidad, sin que ello implique necesariamente un mismo origen empresarial. No obstante, esta Dirección advierte que existe conexidad competitiva por *identidad* entre los productos solicitados en la clase 3 consistentes en *“lociones capilares no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales y cosméticos no medicinales”*, frente a los previamente registrados en la misma clase tales como *“productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales y cosméticos”*, configurándose con ello una coincidencia directa en su denominación y naturaleza, lo cual incrementa de manera significativa el riesgo de confusión o de asociación por parte del consumidor.

Ahora bien, en cuanto a los demás productos solicitados en la clase 3, tales como *“bálsamos capilares no medicinales; preparaciones capilares no medicinales; tratamientos*

Ref. Expediente N° SD2025/0080060

desecantes capilares para uso cosmético; champús capilares; cremas y lociones capilares reparadoras no medicamentosas”, esta Dirección encuentra que para el consumidor resulta razonable que los mismos provengan del mismo empresario de la marca previamente registrada que participa en el comercio con un amplio portafolio de productos como , *“cosméticos; champús y acondicionadores para el cabello; cremas para el cabello; lociones para el cabello; preparaciones cosméticas para el cuidado del cabello; productos cosméticos para el cuidado personal”*, entre otros, puesto que todos ellos están destinados a la industria cosmética del cuidado personal y capilar. Al igual que, es habitual que aquel empresario que ya cuenta con los conocimientos técnicos, procesos de fabricación y capacidad instalada en la industria cosmética, decida incursionar en líneas más específicas o especializadas como las solicitadas.

Adicionalmente, dado el tipo de establecimientos en los que se ponen a disposición estos productos, tales como droguerías, perfumerías, supermercados, tiendas especializadas en belleza y plataformas de comercio electrónico, así como la forma en que los mismos se presentan y promocionan al público, es claro que coinciden en sus canales de comercialización. Esta circunstancia facilita que el consumidor acceda indistintamente a unos y otros productos en un mismo entorno de compra, lo que incrementa la posibilidad de que asuma, de manera errónea, que provienen de un mismo empresario o de empresas vinculadas, configurándose así un riesgo de confusión indirecta o de asociación.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 3 con productos de la clase 25 (Criterio de razonabilidad)

En el presente análisis, esta Dirección encuentra que, para el consumidor, resulta razonable que los productos de *“perfumería”* solicitados en la clase 3, puedan ser ofrecidos por el mismo empresario titular de la marca previamente registrada en la clase 25, que produce diferentes tipos de *“prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería”*, en la medida en que, es habitual que las marcas de moda amplíen su portafolio hacia líneas de perfumería, permitiendo al consumidor asociar dichos productos con un mismo concepto de estilo y origen empresarial, máxime cuando los mismos son ofrecidos de forma conjunta como estrategia de mercado para el fortalecimiento de la marca, lo que incrementa el riesgo de asociación entre los signos enfrentados.

Lo anterior se refuerza cuando ambos tipos de productos pueden ser ofrecidos a través de los mismos canales de comercialización, tales como tiendas de moda y boutiques de marca, almacenes por departamento, tiendas especializadas en belleza y perfumería, así como plataformas de comercio electrónico, en las que es habitual encontrar tanto prendas de vestir como fragancias identificadas bajo una misma marca, circunstancia que incrementa la probabilidad de que el consumidor les atribuya un mismo origen empresarial.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0080060

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Velyssia (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Luz Elena Colonia Orozco y Ana Maria Colonia Orozco, Mario Alberto Alzate arbelaez, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Luz Elena Colonia Orozco, Ana Maria Colonia Orozco, Mario Alberto Alzate arbelaez, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 31 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 3: Bálsamos capilares no medicinales; lociones capilares reparadoras no medicinales; preparaciones capilares no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; tratamientos desecantes capilares para uso cosmético; champús capilares; cremas capilares; lociones capilares reparadoras no medicamentosas.