

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 35727

Ref. Expediente N° SD2025/0109621

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 22 de octubre de 2025, Daniela Aguilar Barragán, solicitó el registro de la Marca ELYON (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, 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.

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,

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

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0109621

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 marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	LYON	ANGEL DAVID MOLINA MANGA	SD2020/0030910	11	25, 35	Marca	11/05/2031	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

•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° SD2025/0109621

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, con respecto a la comparación entre marcas mixtas, ha señalado que:

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que en la confrontación entre los signos mixtos “ELYON” y “LYON”, el elemento denominativo adquiere especial relevancia, por ser el que el consumidor utilizará para identificar y solicitar los productos o servicios en el mercado, sin que los elementos gráficos presentes en los signos tengan la entidad suficiente para modificar la impresión global derivada de las expresiones verbales.

En el análisis conceptual, se advierte que ambos signos presentan una proximidad derivada de la reproducción íntegra de la expresión “LYON” dentro del signo “ELYON”, siendo dicha secuencia claramente perceptible para el consumidor, así mismo, las denominaciones carecen de un significado conceptual suficientemente diferenciador respecto de los productos o servicios que distinguen, por lo que el análisis debe concentrarse principalmente en los aspectos ortográfico y fonético.

Desde el punto de vista ortográfico, la similitud resulta altamente significativa, dado que el signo “ELYON” incorpora íntegramente la denominación “LYON”, diferenciándose únicamente por la adición de la vocal inicial “E”, variación mínima que no altera sustancialmente la configuración visual global de los signos.

En el análisis fonético, la semejanza también es relevante, pues ambos signos comparten la secuencia sonora principal “LYON”, manteniendo una pronunciación altamente próxima. La incorporación del sonido inicial correspondiente a la letra “E” en el signo solicitado no neutraliza la coincidencia auditiva derivada del elemento común predominante.

En consecuencia, apreciados en su conjunto y desde la perspectiva del consumidor medio, los signos “ELYON” y “LYON” presentan una similitud ortográfica y fonética relevante, derivada de la reproducción íntegra del elemento denominativo “LYON”, lo que puede generar asociación en el mercado.

De esta forma, y ante la presencia del primer supuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la

Ref. Expediente N° SD2025/0109621

conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Productos y servicios
-------------------	------------------------------

SD2020/0030910

Clase 25: Ropa interior y exterior, deportiva y de gimnasia, formal e informal para mujeres, hombres, niños y niñas, zapatos, calzado de playa, tacones, sandalias, gorras, gorros, sombrerería, vestidos de baño, gorros de baño, mallas de baño, pareos, medias, calcetín, bodis, pañuelos, fajas, pijamas y disfraces, Guantes [prendas de vestir], Guantes de esquí.

Clase 35: Compra, Venta, Importación, Exportación y Comercialización de Ropa interior y exterior, deportiva y de gimnasia, formal e informal para mujeres, hombres, niños y niñas, zapatos, calzado de playa, tacones, sandalias, gorras, gorros, sombrerería, vestidos de baño, gorros de baño, mallas de baño, pareos, medias, calcetín, bodis, pañuelos, fajas, pijamas y disfraces, Guantes [prendas de vestir], Guantes de esquí..

Conexidad entre los productos de la clase 25 internacional (Intercambiabilidad – identidad).

En relación con los productos comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional, se advierte la existencia de una conexidad derivada de la identidad y la intercambiabilidad entre los productos identificados por los signos en conflicto.

En efecto, se trata de prendas de vestir pertenecientes a la misma categoría de productos destinados a cubrir, proteger o adornar el cuerpo humano, compartiendo una misma naturaleza, finalidad y ámbito de uso dentro del sector del vestuario.

Desde la perspectiva del consumidor medio, tales productos se perciben como bienes equivalentes y directamente sustituibles, en la medida en que pueden ser elegidos indistintamente para satisfacer la misma necesidad de vestimenta y presentación personal.

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 (dentrífico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0109621

Así mismo, dichos productos suelen ser ofrecidos bajo un mismo signo distintivo como parte de una misma línea de moda o colección, lo que refuerza la proximidad existente entre ellos.

En consecuencia, la coincidencia en naturaleza, finalidad y tipo de producto permite concluir que existe una identidad sustancial y una clara posibilidad de sustitución, configurándose así una conexidad por identidad e intercambiabilidad entre los productos de la Clase 25 anteriormente señalados.

Conexidad entre los productos de la clase 25 y los servicios de la clase 35 internacional (Razonabilidad).

Ahora bien, frente a las prendas de vestir de la Clase 25 y los servicios de compra, venta, importación, exportación y comercialización de prendas de vestir de la clase 35, se evidencia una conexidad sustentada en criterios de razonabilidad, en atención a la relación directa que existe entre los productos y las actividades comerciales encaminadas a su introducción y circulación en el mercado.

En efecto, los servicios anteriormente señalados recaen específicamente sobre las prendas de vestir, en la medida en que tienen por finalidad su adquisición, distribución y oferta comercial al consumidor. Así, los productos y servicios se encuentran estrechamente vinculados dentro del mismo sector económico y comercial.

Desde la óptica del consumidor medio, resulta razonable considerar que las prendas de vestir y los servicios relacionados con su comercialización puedan ser identificados con un mismo signo distintivo, dado que en el mercado es frecuente que las empresas dedicadas al sector textil y de la moda no solo fabriquen o distribuyan ropa, sino que además desarrollen directamente actividades de importación, exportación y comercialización de dichos productos.

En consecuencia, la relación existente entre las prendas de vestir y los servicios destinados a su comercialización y distribución permite advertir una proximidad relevante, configurándose así una conexidad por razonabilidad entre los productos de la Clase 25 y los servicios de la clase 35 anteriormente señalados.

De igual forma, existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de productos y servicios cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

Finalmente, dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos y servicios, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Así las cosas, 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 servicios ofrecidos en el mercado.

Ref. Expediente N° SD2025/0109621

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

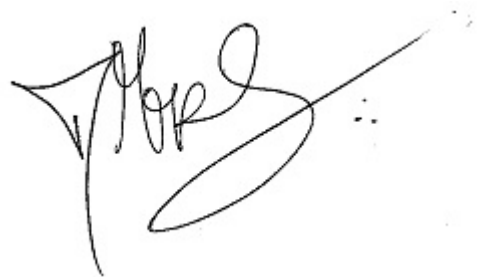
ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca ELYON (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Daniela Aguilar Barragán, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Daniela Aguilar Barragán, 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 14 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

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