

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 42475

Ref. Expediente N° SD2025/0110859

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 30 de octubre de 2025, Elizabeth Lievano Barrientos, solicitó el registro de la Marca Elibee Esencia Artesanal (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 3, 25 y 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1088, 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.

¹ 3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

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

30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Ref. Expediente N° SD2025/0110859

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

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	Clibee	Taizhou Hansen Shoes Co., Ltd.	SD2022/0124339	11	25	Marca	Registrada	03 jul. 2030
Mixta	MeliBea	JULIA CRISTINA TOVAR ROJAS	13111554	10	30	Marca	Registrada	07 mar. 2034

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° SD2025/0110859

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	Clibee
	

Jurisprudencia

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 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 los signos analizados son similarmente confundibles.

En cuanto a los signos ELIBEE ESENCIA ARTESANAL y CLIBEE, desde el aspecto ortográfico se observa que estos comparten la secuencia de letras E/CL-I-B-E-E, las cuales constituyen el término inicial del signo solicitado y la totalidad de la denominación del signo antecedente, por lo que constituye el núcleo distintivo de los conjuntos marcarios



Ref. Expediente N° SD2025/0110859

cotejados. De igual forma desde el aspecto fonético, se evidencia que al pronunciar los signos / ELIBEE ESENCIA ARTESANAL / CLIBEE /, de forma sucesiva y no simultánea, se produce un efecto sonoro similar debido a los fonemas utilizados en los signos comparados.

Por otro lado, en cuanto a los signos ELIBEE ESENCIA ARTESANAL y MELIBEA, se evidencia que el elemento distintivo del signo solicitado corresponde al vocablo ELIBEE, el cual comparte con la marca antecedente MELIBEA una estructura ortográfica similar derivada de la sucesión coincidente de las letras E-L-I-B-E, las cuales conforman la mayoría de los caracteres presentes en el segmento coincidente de las marcas comparadas. Adicionalmente, desde la perspectiva gráfica, se advierte que ambos signos incorporan un elemento en forma de abeja, el cual contribuye significativamente a las semejanzas de las marcas, pues transmiten una misma idea o concepto. En consecuencia, la similitud existente entre los vocablos predominantes ELIBEE y MELIBEA, aunada a la utilización de la figura de una abeja como elemento figurativo genera una impresión de conjunto similar ante el consumidor.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte de los signos antecedentes. Si bien el signo solicitado es de naturaleza mixta y presenta una tipografía especial que reproduce la denominación del signo junto con un elemento gráfico en forma de abeja, panal y la expresión adicional ESENCIA ARTESANAL, estas características no resultan suficientes para diluir las semejanzas advertidas con las marcas previamente registradas.

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: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

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° SD2025/0110859

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

Clase 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 13111554, clase 30: Miel, jarabe de melaza; sucedáneos de la miel.

Expediente SD2022/0124339, clase 25: Prendas de vestir; vestidos de novia; sombreros; guantes [prendas de vestir]; prendas de calcetería; bufandas; zapatos; fajas (ropa interior); ajuares de bebé [prendas de vestir]; botas de fútbol.

Conexidad competitiva entre los productos de las clases 3 y 25 internacional. Razonabilidad

Esta Dirección evidencia que, aun cuando se trata de productos que en virtud de la Clasificación Internacional de Niza, no se encuentran comprendidos en el mismo numeral, no puede desconocerse que todos ellos pertenecen a un mismo sector económico relacionado con la moda, belleza y presentación personal, por lo que el consumidor puede entender razonablemente que el empresario encargado de una determinada línea de vestuario y accesorios ha extendido su actividad comercial hacia productos cosméticos, de perfumería o higiene personal. En efecto, en el mercado actual resulta frecuente que empresas dedicadas a la industria de la moda amplíen sus portafolios hacia productos de perfumería, cosmética y cuidado como parte de una estrategia de diversificación empresarial.

Adicionalmente, dado el tipo de establecimientos en los que se ponen a disposición los productos identificados por ambos signos, así como la forma en que los mismos llegan al consumidor, es claro que existe una relación competitiva entre ellos, puesto que tanto las prendas de vestir, el calzado y los accesorios, como los perfumes, cosméticos, lociones capilares, jabones, entre otros, pueden encontrarse en grandes almacenes, centros comerciales, boutiques, tiendas especializadas en moda y plataformas de comercio electrónico dedicadas a productos de belleza y cuidado personal. En consecuencia, el consumidor puede asumir equivocadamente que todos los productos provienen de un único origen empresarial.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 25 internacional. Identidad

Dada la cobertura de los signos en conflicto, esta Dirección advierte con claridad la existencia de conexión competitiva entre estos, no solo por encontrarse comprendidos dentro de la misma clase de la Clasificación Internacional de Niza, sino también por la identidad de los productos que buscan distinguir. En efecto, tanto el signo solicitado como la marca registrada amparan prendas de vestir, calzado, zapatos, artículos de sombrerería y sombreros comprendidos en la clase 25 internacional, circunstancia que torna innecesario un análisis exhaustivo en este punto, toda vez que se configura una conexidad competitiva incuestionable entre los signos confrontados, en tanto se trata de productos idénticos, lo que robustece la presunción de riesgo de confusión o asociación ante el consumidor.

Ref. Expediente N° SD2025/0110859

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 internacional. Identidad y Razonabilidad

Esta Dirección constata de manera inequívoca la existencia de una conexión competitiva entre los signos cotejados, no solo porque los productos amparados se encuentran comprendidos dentro de la misma clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza, sino, fundamentalmente, por la identidad de los productos que pretenden distinguir. En efecto, tanto el signo solicitado como la marca previamente registrada identifican: miel y jarabe de melaza, lo cual hace innecesario un análisis adicional, en la medida en que se trata de productos que comparten idéntica naturaleza, finalidad, canales de comercialización y público objetivo.

De manera adicional, no puede desconocerse que, conforme a las prácticas habituales del mercado, resulta frecuente que un empresario que opera en el sector de alimentos diversifique y amplíe su portafolio hacia productos estrechamente relacionados, tales como café, té, cacao, sucedáneos del café; arroz; tapioca, sagú; harinas, preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería, confitería; helados; azúcar; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias y hielo, los cuales forman parte del mismo segmento comercial. En este escenario, el consumidor medio tenderá a asumir razonablemente que los productos reivindicados provienen de un mismo origen empresarial. Tal circunstancia intensifica el riesgo de asociación, hasta el punto de tornar improcedente el registro del signo solicitado, en la medida en que pretende distinguir productos ubicados en un sector afín al de la marca antecedente.

Finalmente, se constata que el consumidor puede acceder a los productos identificados por ambas marcas a través de supermercados, tiendas de cadena y plataformas de comercio electrónico dedicadas a productos alimenticios, situación que refuerza la idea ante el consumidor de que todos estos elementos provienen de un mismo empresario.

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 Elibee Esencia Artesanal (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Elizabeth Lievano Barrientos, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Elibee Esencia Artesanal (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de

⁵ 3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

Ref. Expediente N° SD2025/0110859

Niza⁶, solicitada por Elizabeth Lievano Barrientos, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca Elibee Esencia Artesanal (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por Elizabeth Lievano Barrientos, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a Elizabeth Lievano Barrientos, 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 QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

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

⁷ 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.