



# CLAREZA

## Un caso más que premia la originalidad y distintividad conceptual de los signos para la concesión de sus registros.

**CLAREZA** surge en 2018 por la idea de Ana Cristina Díaz Granados y Juliana Castro, dos mujeres emprendedoras que decidieron iniciar un negocio para la producción y comercialización de velas hechas a base de productos artesanales. El uso y funcionalidad de sus productos va más allá de lo tradicional, pues su intención no es solo iluminar los hogares de sus clientes, sino también despertar en ellos, diferentes emociones, sentimientos o pensamientos, a través de sus particulares aromas, colores y presentaciones.

Desde entonces, las velas de CLAREZA han venido ganando campo en el mercado, y han adquirido una identidad que ha generado un incremento de la demanda, tanto así que el portafolio se ha ido ampliando.



En **G HERRERA ABOGADOS & ASOCIADOS** nos sentimos orgullosos por ser parte de su proceso y contribuir en la protección de los activos intangibles de CLAREZA y por eso, **nos complace comunicar que la Superintendencia de Industria y Comercio, en segunda instancia decidió revocar la decisión de rechazar el registro del signo por considerarlo confundible con CLARENA, y en efecto, concedió el registro de la marca.** Lo anterior, toda vez que (i) se trata de dos signos mixtos que evocan conceptos disímiles, y (ii) en su conjunto marcario, contienen otros elementos distintivos que las diferencian y distinguen entre sí, los cuales, tratándose de marcas mixtas, también fueron analizados.

### Esta decisión de segunda instancia nos deja varias lecciones:

1. La importancia de que las marcas como CLAREZA tengan un concepto tan original, único y especial, que sea desarrollado a partir del intelecto mismo de sus creadores. En nuestro caso, ello fue prueba fundamental de la distintividad del signo para lograr su registro como marca en Colombia.
2. El análisis de la Superintendencia de Industria y Comercio para la concesión de una marca, no se limita a la apariencia de los signos y al hecho de compartir letras o de sonar de manera similar, sino que también tiene en cuenta (i) el concepto al cual evoca cada signo distintivo, (ii) el significado de las palabras que lo componen, y (iii) los otros elementos adicionales figurativos y nominativos que alejan la marca solicitada frente a la ya existente.

**Como firma sabíamos de la autenticidad y el empeño que había detrás de esta marca, y por ello, le apostamos a su defensa aún con la desalentadora decisión de primera instancia.** Gracias a eso, finalmente, como equipo logramos una solución justa que deja muchas enseñanzas respecto de las estrategias para proteger un activo intangible tan valioso como lo es la marca.