

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

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 8 de mayo de 2025, el señor **MIGUEL DELIO MONTES MONTES**, solicitó el registro de la Marca **DR.ALTHEA 345 Dr.Althea** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1067 del 19 de mayo de 2025, la sociedad **JD INTERNATIONAL CO., LTD.** presentó oposición con fundamento en el Artículo 137 y 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:

“(…) como se puede corroborar de la base de datos de la Entidad, las solicitudes de los signos Dr. Althea (Mixtas) de JD International CO., Ltd., tienen como fecha de presentación el 25 de enero de 2025, mientras que la solicitud de registro del signo objeto de oposición fue presentada posteriormente, es decir, el 8 de mayo de 2025.

La única diferencia entre las marcas, es la adición del número 345; no obstante, éste elemento no es suficiente para que se permita la coexistencia de las marcas pues, es DR. ALTHEA el relevante en el conjunto y con el cual, el consumidor asociará los productos y asignará un origen empresarial determinado.

Considerando las evidentes semejanzas entre las marcas, es claro que el signo solicitado a registro, no puede ser concedido pues, su coexistencia con la marca de mi representada, derivaría en riesgo una confusión absoluta.

La coexistencia de las marcas analizadas derivará irremediablemente en un riesgo de confusión directo e indirecto pues, el consumidor pensará equivocadamente que los productos DR. ALTHEA 345 DR. ALTHEA y DR. ALTHEA son los mismos y, por lo mismo, provienen de un mismo empresario, esto es, de JD International Co., Ltd.

En el presente caso, como primera medida, el signo DR. ALTHEA 345 DR.ALTHEA busca proteger bienes de la Clase 3, al igual que la marca de mi representada, pero además, son los mismos pues, se trata de productos cosméticos por lo que, son intercambiables ya que, el consumidor puede adquirir uno u otro sin inconveniente en la medida en que, suplen una misma necesidad.

Por otro lado, los servicios de la Clase 35 que identifica la marca DR. ALTHEA de mi representada, son complementarios de la Clase 3 que busca amparar el signo solicitado DR. ALTHEA 345 DR. ALTHEA ya que, se convierten en el medio a través del cual se publicitan, se ofrecen y se comercializan los productos de la Clase 3 por lo que, su desarrollo es suplementario.

Finalmente, debido a las evidentes semejanzas entre las marcas (casi identidad), el consumidor razonablemente pensará que se trata de productos ofrecidos por un

¹ 3: Cosméticos; cosméticos a base de hierbas; cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas cosméticas para el rostro; preparaciones cosméticas; preparaciones cosméticas de cuidado facial; cremas antiarrugas para uso cosmético; cremas antiedad; cremas antiedad para pieles secas; cremas antienvjecimiento; cremas corporales; cremas cosméticas a base de extractos de plantas; cremas cosméticas nutritivas.

Resolución N° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

mismo empresario, esto es, por JD International Co., Ltd., cuando la realidad es totalmente distinta.

Junto con el presente escrito, se aporta un listado de las revistas donde se ha promocionado y mencionado la marca DR. ALTHEA.

Nótese cómo en las publicaciones anteriores, no sólo se muestra la importancia y reconocimiento de la marca DR. ALTHEA, sino que particularmente, la crema hidratante DR. ALTHEA 345, es la que más ha sido adquirida por los consumidores, no sólo por sus propiedades sino gracias a todos los comentarios que los usuarios han hecho sobre la misma.

Llama entonces la atención que extrañamente el solicitante de la marca en referencia, haya presentado como denominación y logo de su interés, exactamente el mismo que se refleja en el producto ofrecido y comercializado por mi representada.

Mal podría el solicitante argumentar que, debido a que las páginas antes mencionadas y las revistas detalladas en el anexo, no son de Colombia y por esa razón no tenía posibilidad de acceder a dicha información y, por lo tanto, la solicitud fue una “mera casualidad”; no obstante, a continuación, se detalla un pantallazo -a modo de ejemplo- de Instagram donde, al escribir las palabras DR ALTHEA, aparecen de inmediato imágenes relacionadas precisamente con la crema DR. ALTHEA 345.

Como podrá notar el señor Director, los productos DR. ALTHEA se comercializan en Colombia por lo que, no es una “coincidencia” que un tercero quiera apropiarse de la marca de mi representada. Especialmente, cuando -como se observa de los pantallazos aportados-, la crema DR. ALTHEA 345 se agota en la gran mayoría de establecimientos debido a que es un producto famoso por sus propiedades y beneficios para la piel, demostrando así el alto grado de conocimiento que los consumidores tienen de la marca.

La compañía JD International Co., Ltd., titular de la marca DR. ALTHEA, es una empresa que combina tecnología e ingredientes naturales para crear productos altamente eficientes y suaves para las pieles de los consumidores.

Dentro de los productos que más se han comercializado, gracias a los comentarios que los usuarios hacen del mismo, se encuentra la crema DR. ALTHEA 345; no obstante, la compañía comercializa muchos otros productos que también sirven para el cuidado de la piel.

Dentro de los elementos probatorios que acompañan el presente escrito, se encuentran los certificados de exportación a Alemania, Australia, Canadá, Croacia, República Checa, Dinamarca, Egipto, Estonia, Grecia, Hong Kong, India, Irak, Japón, Kazajistán, Lituania, Malasia, Marruecos, Moldavia, Mongolia, Países Bajos, Noruega, Filipinas, Polonia, Qatar, Turquía, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Tailandia, Singapur, Estados Unidos, Emiratos Árabes, Ucrania, Reino Unido, Bahréin, Chipre y Vietnam; los cuales evidencian el alto impacto y gran reconocimiento que se tiene de la marca DR. ALTHEA en diferentes partes del mundo.

Igualmente, se aporta un listado con los medios a través de los cuales, mi representada comercializa los productos DR. ALTHEA, incluyendo el número de ventas realizadas.

Así mismo, se aportan las facturas de venta de los productos DR. ALTHEA en Chile, Colombia, México y Perú, demostrando así la amplia presencia que la marca tiene en la región.

En el presente caso es claro que, el signo DR. ALTHEA 345 DR.ALTHEA solicitado por el señor Miguel Delio Montes Montes, pretende generar confusión con los productos DR. ALTHEA producidos, ofrecidos y comercializados por JD International

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Co., Ltd. ya que, además de tratarse de marcas prácticamente idénticas, identifican productos y servicios totalmente relacionados, pero además, presentó la solicitud con el firme propósito de impedir el desarrollo de los negocios de mi representada, haciéndolo de forma ilegítima.

La identidad entre el signo solicitado por el señor Montes con la marca y producto de mi representada es más que evidente. Esto claramente demuestra que su solicitud fue presentada de mala fe, cuyo propósito no es otro que poner en desventaja a mi representada, quien no podrá ingresar al mercado legítimamente con sus productos, y por el contrario, obtendrá facultades de forma ilegítima para impedir que los productos DR. ALTHEA se sigan comercializando en el país.

Vale la pena indicar que, la marca de mi representada DR. ALTHEA está conformada principalmente por una expresión de fantasía, lo cual le brinda mayor distintividad, pero especialmente debe tenerse en cuenta que, basta con hacer una búsqueda de DR. ALTHEA en Google, para evidenciar que todos los resultados apuntan a los productos de mi representada.”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, el señor **MIGUEL DELIO MONTES MONTES** no dio respuesta a la oposición presentada.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, 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 Comisión 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.

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

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. (...)."

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

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.

Artículo 137 de la Decisión 486

El artículo 137 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina señala que *“cuando la oficina nacional competente tenga indicios razonables que le permitan inferir que un registro se hubiese solicitado para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, podrá denegar dicho registro”*.

Concepto de la norma

El ordenamiento andino de propiedad industrial propugna por el disfrute de los derechos de manera sana, leal y transparente. En tal sentido, esta causal de irregistrabilidad se consagra con la finalidad de salvaguardar el desenvolvimiento honesto y transparente en el mercado y, para esto, trata de evitar que el registro de un signo como marca se use para ejecutar un acto de competencia desleal e impedir que se utilicen de mala fe las plataformas jurídicas de concesión de derechos marcarios.

El presupuesto de aplicación de la causal se sustenta en la Cláusula General de Competencia establecida en el artículo 7 de la Ley 256 de 1996, que dispone:

“PROHIBICIÓN GENERAL. Quedan prohibidos los actos de competencia desleal. Los participantes en el mercado deben respetar en todas sus actuaciones el principio de la buena fe comercial.

En concordancia con lo establecido por el numeral 2o. del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante Ley 178 de 1994, se considera que

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° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

constituye competencia desleal, todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado”.

Por su parte el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina refiere a la causal consagrada en el artículo 137 de la Decisión 486 en los siguientes términos:

“(…) La anterior causal de irregistrabilidad se consagra con la finalidad de salvaguardar el desenvolvimiento honesto y transparente en el mercado y, para esto, trata de evitar que el registro de un signo como marca se use para ejecutar un acto de competencia desleal.

Por lo tanto, en el marco de los grupos de actos de competencia desleal arriba tratados, la autoridad nacional competente deberá establecer si el registro solicitado puede perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal. El primer grupo de actos, “actos de competencia desleal por confusión”, es el más emblemático en relación con el registro de un signo como marca, esto es cuando un competidor solicita el registro con la finalidad de generar confusión en el mercado como tal y, por lo tanto, de causar daño a otro competidor, estaremos en frente de la causal anotada.

(…) Por “indicio razonable” se debe entender todo hecho, acto u omisión del cual, por vía de la inferencia lógica, pueda derivarse una gran probabilidad de que el registro cuestionado se solicitó con el ánimo de aprovechar toda la carga económica, de penetración en el mercado y de calidad de los productos y servicios que conlleva el signo solicitado para registro”.

En este orden de ideas, a la corte consultante le será de gran utilidad analizar entre otros factores el conocimiento previo que tuviera el solicitante del signo idéntico o similar, lo que se podría concretar con compras realizadas del producto, importaciones, o visitas a los sitios web de la marca; inclusive este conocimiento previo podría inferirse de la participación de los productos amparados por esa marca en espectáculos de alto impacto masivo mundial, como un mundial de fútbol, unos juegos olímpicos, conciertos televisados, entre otros. Esto tiene su razón de ser en la facilidad con que el mundo de la información genera datos al instante y al detalle para la generalidad de la población y, por lo tanto, el conocimiento de los productos y servicios es de muy fácil acceso, inclusive en países donde no se han ingresado empresarialmente.⁴

De acuerdo con lo anterior, se puede señalar que para que estemos en presencia de indicios de un acto de competencia desleal que impida el registro de una marca, se deben presentar los siguientes presupuestos:

- a) Debe haber indicios razonables de que la solicitud se relaciona con un acto de competencia desleal y por tanto,
- b) Dichos indicios deben permitir inferir con claridad que el registro se solicitó para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal. Esto significa que debe existir una relación causal entre la solicitud del registro y el actual o potencial acto de competencia desleal.

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 279-IP-2015.



Resolución N° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Así las cosas, el artículo 137 contiene una causal de irregistrabilidad de naturaleza preventiva, que tiene por objeto evitar que el acto administrativo que concede el registro de una marca legitime a su titular para la comisión de un acto de competencia desleal debido al monopolio que otorga el registro marcario.

Nótese que la marca cumple diversas funciones en el mercado; a saber,

- a. Diferencia los productos y servicios que se ofertan
- b. Es indicadora de la procedencia empresarial
- c. Indica la calidad del producto o servicio que identifica.
- d. Concentra el Good Will del titular de la marca.
- e. Sirve de medio para publicitar los productos o servicios

Así, las marcas sirven como un mecanismo de protección al consumidor a través de sus funciones distintiva, de identificación de origen de los bienes y servicios, de garantía de calidad, evitando que se genere en el mercado engaño o confusión por equivocadas apreciaciones respecto de los productos y servicios protegidos.⁵

En tal sentido, las marcas presentan una faceta positiva, que implica para su titular el derecho de uso exclusivo de su signo de manera directa o bien, la autorización de uso a terceros (licenciamiento); una faceta negativa, que supone la potestad de prohibir a terceros el uso no autorizado del signo o bien de solicitar el resarcimiento del daño causado por la ejecución de tal conducta; y una faceta informativa, comoquiera que permite a los consumidores determinar el origen empresarial de los productos o servicios, e inferir a partir de ello la calidad de los mismos, derivado del vínculo surgido entre la calidad de los productos o servicios y un origen empresarial determinado. En otras palabras, la faceta informativa de las marcas permite a los consumidores adelantar un ejercicio de asociación comercial y por tanto facilitan la toma de decisiones relacionadas con la adquisición de productos o la contratación de servicios.

De manera que, si la concesión de una marca legitima al titular para usar de manera excluyente su signo, esta Oficina, al momento de adelantar el examen de registrabilidad de una solicitud de registro, debe observar si existen indicios razonables para inferir que, con la solicitud de registro, que en caso de ser exitosa otorgará un derecho de exclusiva para su titular, se va a perpetrar, consolidar o facilitar un acto de competencia desleal.

Al respecto, este Despacho a la luz de lo establecido en el artículo 137 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, no necesitaría concluir la existencia del acto de competencia desleal, cuestión que queda relegada a la Autoridad Nacional Competente, pues se entiende que el indicio razonable del que se pueda inferir la posible comisión de un acto de competencia desleal es algo de menor envergadura que el acto de competencia desleal plenamente probado.

Debe destacarse que la Delegatura de Propiedad Industrial, como Oficina Nacional Competente para la administración del Sistema Nacional de Propiedad Industrial, está facultada por esta norma para negar un registro de marca, si de manera oficiosa o a solicitud de parte, considera que hay indicios razonables que con la solicitud de registro se pretende perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal.

Las causales de irregistrabilidad de una marca están establecidas en los artículos 134 y siguientes de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Con ellas se busca impedir que accedan al registro de una marca signos que afecten derechos de terceros,

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 72-IP-2020.



Resolución N° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

o que carezcan de los atributos intrínsecos para hacerlo, por no cumplir una función marcaria o ser engañosos o no distintivos.

Es esencial para el sistema marcario que los empresarios actúen de buena fe, principio que es básico en el ordenamiento comunitario y no tiene excepciones ya que es exigible a todo sujeto de derecho.

La buena fe “es concebida como la convicción o conciencia de no perjudicar a otro o de no defraudar la ley”⁶. Por eso es necesario que los solicitantes de marcas obren de buena fe para que el derecho se conceda ya que se debe denegar el registro de una marca cuando la misma se obtenga de mala fe a través de una conducta fraudulenta, como sostiene el Tribunal de Justicia en los siguientes términos:

“(…) En el régimen andino, la sanción de la mala fe por la vía de la declaración de nulidad del acto administrativo de registro se estableció con la Decisión 344, empero, el Tribunal ha expresado que aunque en la Decisión 313 no se consagró la mala fe como causal de nulidad del registro, la buena fe es un principio general del derecho y, por lo tanto, la mala fe en dicho ámbito normativo también sería causal de nulidad. El literal c) del artículo 113 de la Decisión 344 impide la subsistencia de un registro de marca que, no obstante su apariencia de legalidad, haya sido obtenido infringiendo elementales principios de comportamiento en la vida comercial (numeral 1) o, que tienda a la desviación de la función o propósito del derecho subjetivo concretado en el registro de una marca (numeral 2°)⁷. De igual forma, el artículo 172 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, actualmente en vigencia, contempla como causal de nulidad de un registro de marca la “mala fe”. Pues, en efecto, como lo ha señalado la jurisprudencia de este Tribunal, “la buena fe es un principio general de derecho que debe gobernar todas las actuaciones en el ámbito comunitario, de manera que el Juez Nacional al analizar el caso bajo estudio debe determinar si la actuación se surtió de buena fe o mala fe y en consecuencia establecer la nulidad del registro de marca.” (Proceso 109-IP2007, publicado en la G.O.A.C. N° 1581, de 4 de febrero de 2008, marca: LOMA’S (mixta).

Conforme a lo anterior, si procede la sanción de la mala fe a través de la declaración de nulidad del acto administrativo por el cual se obtuvo el registro, a contrario sensu, se puede denegar un registro cuando éste se intente a través de esta conducta fraudulenta, propiciando una conducta leal y honesta por parte de quien solicita el registro del signo, en tanto que debe protegerse no sólo al titular de la marca registrada, sino al público en general, consumidor de los bienes y servicios.

En consecuencia, es necesario que el solicitante de un registro de marca haya obrado de buena fe al momento de solicitar el registro. Lo contrario supone las siguientes consecuencias:

- 1. Desconocer el derecho de prelación obtenido por la presentación de su solicitud de registro;*
- 2. Denegar el registro en atención a la causal contenida en el artículo 136 literal d) de la Decisión 486; o,*
- 3. Sancionar con la nulidad el registro obtenido de mala fe.”⁸*

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 12-IP-2015.

⁷ “Esta norma implícitamente pretende castigar a quien, abusando de la credibilidad y confianza del titular de la marca, la registra en cualquier otro País Miembro subrepticamente, sin el conocimiento del titular en el extranjero, tipificándose así la figura de la competencia desleal”.

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina Proceso 12-IP-2015.



Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Entonces, es claro que la mala fe no es un tema que deba ser ventilado únicamente ante el órgano judicial encargado de estudiar la nulidad de los registros de marcas, sino que también es un asunto que debe ser de especial atención en las instancias administrativas, pues su violación no solo afecta el derecho de terceros, sino que pone en riesgo el interés del público.

Acervo probatorio

Al expediente fueron allegadas las siguientes pruebas por parte de la sociedad opositora **JD INTERNATIONAL CO., LTD.**:

- Pantallazos del uso de la marca, junto con los links respectivos de consulta.
- Presentación del calendario de adviento.
- Listado de las revistas donde ha sido mencionada la marca DR. ALTHEA.
- Certificados de exportación a Alemania, Australia, Canadá, Croacia, República Checa, Dinamarca, Egipto, Estonia, Grecia, Hong Kong, India, Irak, Japón, Kazajistán, Lituania, Malasia, Marruecos, Moldavia, Mongolia, Países Bajos, Noruega, Filipinas, Polonia, Qatar, Turquía, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Tailandia, Singapur, Estados Unidos, Emiratos Árabes, Ucrania, Reino Unido, Bahréin, Chipre y Vietnam.
- Listado de ventas de los productos DR. ALTHEA.
- Facturas de los productos DR. ALTHEA en Chile, Colombia, México y Perú.
- Títulos de registro de la marca 345 RELIEF CREAM en Canadá, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, Japón y Reino Unido.

a) Pruebas rechazadas:

Aportadas por parte de la opositora:

Si bien dentro del acervo probatorio se evidencian certificados y documentación tendiente a probar la presencia mundial de la marca “Dr. Althea”, junto con sus certificados de registros, se debe señalar que las pruebas en donde el idioma está en inglés, no serán tenidas en cuenta por esta Dirección, para efectos de determinar los supuestos de hecho alegados por la sociedad opositora.

A pesar de que el apoderado de la opositora manifiesta que cada uno de las pruebas tienen su traducción al idioma castellano, después de una verificación rigurosa de la mismas, se puede constatar que esta afirmación no corresponde con la realidad. Por ejemplo, tanto el calendario de adviento como los certificados de exportación se encuentran en idioma anglosajón y en parte, en un idioma del continente asiático.

De conformidad con la Circular Única, Título X, numeral 1.2 todos los documentos que se anexen a los petitorios de los trámites de propiedad industrial deberán allegarse en castellano. Los documentos en otro idioma deberán ser aportados con su traducción simple sin necesidad de autenticación, atestación, legalización o apostilla.

No obstante, observa la Dirección que en el caso en concreto el opositor no aportó las traducciones simples de algunos de los documentos previamente mencionados, por lo

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

que estos no pueden ser admitidos como prueba dentro del proceso de la referencia.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

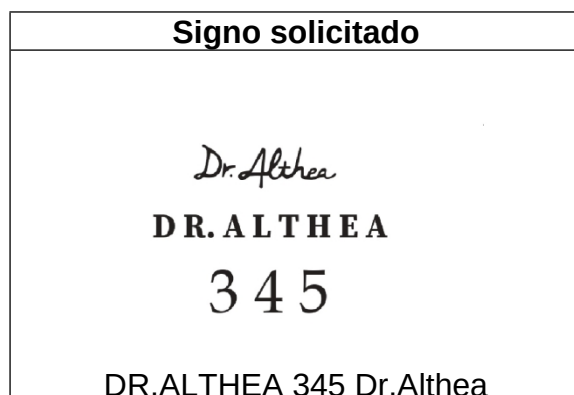
Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 137 de la Decisión 486

Sobre el fin concurrencial

Se acuerdo con el inciso segundo del Artículo 2 de la Ley 256 de 1996, “Los comportamientos previstos en esta ley tendrán la consideración de actos de competencia desleal siempre que <sic> realicen en el mercado y con fines concurrenciales.

La finalidad concurrencial del acto se presume cuando éste, por las circunstancias en que se realiza, se revela objetivamente idóneo para mantener o incrementar la participación en el mercado de quien lo realiza o de un tercero.”

“Sobre el punto, es importante resaltar que la finalidad concurrencial a que se alude, existe cuando el acto es idóneo para mantener o incrementar la posición en el mercado de quién lo realiza o bien, de un tercero, pues busca en síntesis, “la afirmación y posicionamiento en el mercado de la posición propia, o la debilitación o destrucción de la posición de otro competidor”⁹, análisis en el que el criterio preponderante estriba en la aptitud o idoneidad que la conducta objeto de valoración tenga para alcanzar los efectos que con ella se persiguen, vale decir, que la actuación desplegada por quien la realizó sea de tal entidad, que no queden dudas acerca de su intención de robustecer o aumentar el lugar propio o ajeno en el mercado, siempre en deterioro de otro que normalmente es quien demanda.”¹⁰



Teniendo en cuenta que es obligación de la administración el resolver los trámites a su cargo observando todos los documentos obrantes en el expediente, procederá ésta Dirección a valorar las pruebas aportadas a efectos de determinar si las pruebas permiten inferir un indicio razonable de que la solicitud de registro está encaminada a perpetrar, consolidar o facilitar un acto de competencia desleal.

a) Valoración del acervo probatorio

En relación con los requisitos que deben reunir las pruebas, el Consejo de Estado, mediante auto de 26 de septiembre de 2019, indicó: “[...] i) la pertinencia de una prueba debe revisar que la prueba guarde relación con los hechos que se pretenden demostrar; ii) la conducencia de una prueba debe revisar que el medio probatorio propuesto sea adecuado para demostrar el hecho; para lo cual: a) debe estar autorizado y no prohibido expresa o tácitamente por la ley; y b) el medio probatorio no debe estar prohibido en

⁹ BAYLOS CORROZA, Hermenegildo. Tratado de Derecho Industrial. Editorial Civitas. Madrid. 1978. Pág. 349.

¹⁰ Sentencia 901 del 26 de octubre de 2011 por la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio.



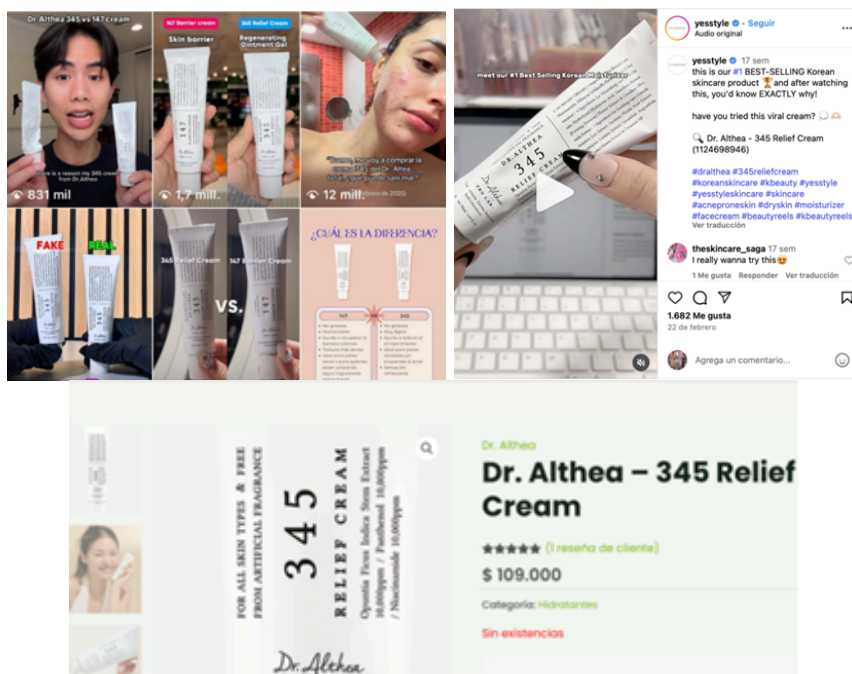
Resolución N° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

*particular para el hecho que con este se pretende probar³⁶; iii) la utilidad de una prueba debe revisar que no sea manifiestamente superflua, es decir, que no tenga razón de ser, porque ya están probados los hechos o porque el hecho está exento de prueba [...]”.*¹¹

El análisis de la causal de irregistrabilidad contenida en el artículo 137 de la Decisión 486 exige la existencia de indicios razonables que permitan inferir que la solicitud marcaría se presentó con el propósito de perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, el cual se funda en el desconocimiento del principio de la buena fe comercial. Como lo establece la jurisprudencia, un factor clave para sustentar esta inferencia es el conocimiento previo del signo opositor por parte del solicitante.

En primer lugar, es menester precisar que la documentación probatoria aportada por la sociedad opositora tiene como objeto acreditar la alta penetración y el reconocimiento global de su signo distintivo "DR. ALTHEA", especialmente en el sector de los productos cosméticos. En este sentido, entre muchas otras, allegó las siguientes pruebas, tendientes a demostrar la aludida circunstancia:



Se constata que el signo distintivo "DR. ALTHEA", particularmente en lo referente a su producto *relief cream*, ostenta un significativo conocimiento y penetración en el público consumidor dentro del sector cosmético. Este reconocimiento implica que la marca goza de un evidente prestigio y *goodwill* adquirido ante su clientela y el sector pertinente.

Ahora bien, más allá del notorio posicionamiento de la marca opositora, esta Dirección destaca la identidad integral que se configura entre el signo solicitado por el señor Montes y el registro marcario de la sociedad opositora. Dicha identidad constituye un indicio vehemente de que la solicitud de registro fue formulada con pleno y manifiesto conocimiento del signo preexistente, evidenciando un propósito que excede la legítima intención de obtener un derecho de propiedad industrial en el territorio colombiano.

Por el contrario, la conducta del solicitante se orienta a generar una ventaja competitiva ilegítima, cuyo efecto directo sería obstaculizar el legítimo ejercicio de los derechos de la opositora y afectar la continuidad de la comercialización de los productos "DR. ALTHEA" en el territorio nacional.

¹¹ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, providencia de 3 de marzo de 2016, C.P. Carlos Enrique Moreno Rubio, núm. único de radicación 11001-03-25-000-2015-00018-00.

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Resulta imperativo destacar que la similitud entre los signos no es circunstancial, sino que se evidencia una reproducción deliberada e integral del signo distintivo de la sociedad opositora, tanto en lo que respecta a la composición cromática, el diseño gráfico del logotipo como en la tipografía y sus trazos. Esta Dirección concluye que el solicitante tomó como referencia directa e inequívoca el signo preexistente de la opositora para configurar el componente gráfico de su solicitud, lo cual se demuestra en la siguiente comparativa:



Dicho accionar constituye un aprovechamiento indebido del prestigio y el *goodwill* inherente al signo distintivo previo. Al presentar una réplica exacta del logotipo ya posicionado en el mercado, y aprovechando la ausencia de un registro previo en el territorio nacional, el solicitante actuó con intenciones contrarias a la buena fe comercial.

La Dirección considera que, en el presente caso, se cumplen a cabalidad los presupuestos de aplicación de la causal de irregistrabilidad contenida en el Artículo 137 de la D. 486, que faculta a esta autoridad a denegar el registro cuando existan indicios razonables para inferir que el mismo se solicitó para consumar un acto de competencia desleal. El acervo probatorio revela la identidad gráfica integral entre el signo solicitado y el signo preexistente de la sociedad opositora "DR. ALTHEA".

Esta réplica exacta de los elementos cromáticos, tipográficos y de diseño del logotipo no puede considerarse fortuita; por el contrario, constituye un indicio vehemente de que el solicitante actuó con pleno conocimiento del signo ajeno y de su posicionamiento en el mercado de cosméticos. Este conocimiento previo, sumado a su reproducción exacta, permite inferir que la intención subyacente del petitionario es aprovecharse de la carga económica, el *goodwill* y el prestigio que la marca opositora ha consolidado.

El comportamiento analizado revela que la solicitud de registro, de ser concedida, tiene la potencialidad de perpetrar y consolidar un acto de competencia desleal, al legitimar la titularidad de un derecho de exclusividad obtenido bajo conducta fraudulenta y contraria a la buena fe comercial, principio rector del ordenamiento andino y de la Ley 256 de 1996. La relación causal exigida por la norma es clara: el propósito real del solicitante no es otro que impedir el legítimo desenvolvimiento de la sociedad opositora en el mercado nacional y confundir al público consumidor respecto del origen empresarial de los productos.

En consecuencia, y bajo el amparo de la naturaleza preventiva de la causal del Artículo 137 de la D. 486, esta Dirección, en su rol de salvaguardar la lealtad y transparencia en el mercado, procede a la aplicación de la causal de irregistrabilidad en cuestión, toda vez que se demostró la existencia de indicios razonables que permiten inferir que su concesión facilitaría la comisión de un acto de competencia desleal.

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Ahora, nótese que la presente decisión se fundamenta en la existencia de indicios, lo cual no determina la realización efectiva de un acto de competencia desleal *per se*, limitándose esta Dirección a la determinación de la existencia de factores que eventualmente pudieren determinar la comisión de un acto de competencia desleal, siendo otras las autoridades que determinen la real y efectiva existencia del mismo.

Análisis de la causal de irregistrabilidad del Literal a) del Art. 136 de la Decisión 486

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	DR. ALTHEA	JD INTERNATIONAL CO., LTD.	SD2025/0062147	12	3	Marca	Publicada	-
Mixta	DR. ALTHEA	JD INTERNATIONAL CO., LTD.	SD2025/0062584	12	35	Marca	Publicada	-

En su escrito de oposición, el apoderado de la sociedad opositora manifestó lo siguiente:

*“(...) como se puede corroborar de la base de datos de la Entidad, las solicitudes de los signos Dr. Althea (Mixtas) de JD International CO., Ltd., tienen como fecha de presentación el **25 de enero de 2025**, mientras que la solicitud de registro del signo objeto de oposición fue presentada posteriormente, es decir, el 8 de mayo de 2025.”*

Tras el análisis del expediente y la verificación de las pruebas allegadas, se constata que la parte opositora invocó el derecho de prioridad establecido en el Artículo 4 del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, del cual el Estado de Kuwait es parte. De tal modo, la parte opositora allegó la documentación necesaria para acreditar una solicitud previa de registro del signo "DR. ALTHEA" en Kuwait con fecha 25 de enero de 2025. Por ende, esta Dirección reconoce el derecho de prioridad para el signo invocado, constituyéndose el 25 de enero de 2025 como la fecha de presentación válida para el estudio de registrabilidad de la solicitud objeto de oposición, conforme a la causal de irregistrabilidad del Artículo 136, literal a), de la Decisión 486.

Finalmente, si bien algunos de los certificados de registro provenientes de jurisdicciones extranjeras que fueron adjuntados como material probatorio corresponden a la denominación "RELIEF CREAM 365", marca que difiere de la base principal de la oposición, se advierte que el análisis de fondo se centrará en la confrontación del signo "DR. ALTHEA" (con derecho de prioridad del 25/01/2025) con la marca solicitada "DR.ALTHEA 345 Dr.Althea", ya que es sobre la marca "DR. ALTHEA" que se acreditó el cumplimiento del presupuesto temporal del Convenio de París.

Facultad oficiosa de la Administración del signo solicitado para distinguir productos de la Clase 3 de Niza Internacional

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que los siguientes registros marcarios deberán ser tenidos en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información



Resolución N° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ESIKA ALTHEUS	Ventura International Limited	04072001	8	3	Marca	Registrada	14 de agosto de 2026
Mixta	GRUPO ALTEA S.A.S	GRUPO ALTEA S.A.S.	SD2021/0117445	11	14, 35	Marca	Registrada	30 de septiembre de 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado
<i>Dr. Althea</i> DR. ALTHEA 3 4 5 DR.ALTHEA 345 Dr.Althea

El primer nivel del signo solicitado presenta la expresión "Dr. Althea" en tipografía cursiva, manuscrita y estilizada; el segundo nivel exhibe la expresión "DR. ALTHEA" en tipografía *serif*, de palo seco y con interespaciado; y el tercer nivel se compone de la secuencia numérica "345", también en tipografía *serif* más grande y en estilo normal.

Signos opositores
<i>Dr. Althea</i> DR. ALTHEA, DR. ALTHEA

Los signos opositores corresponden a una expresión nominativa con un elemento gráfico particular, constituido únicamente por la expresión "Dr. Althea" en tipografía cursiva.

Antecedentes
<i>ēsika</i> ALTHEUS  GRUPO ALTEA S.A.S ESIKA ALTHEUS, GRUPO ALTEA S.A.S

El primer signo hallado de oficio es mixto, compuesto por dos niveles denominativos: la expresión superior "ēsika" con un trazo horizontal sobre las letras, y la expresión inferior "ALTHEUS" en tipografía de palo seco. El segundo signo también es mixto, con un elemento gráfico circular con líneas curvas diagonales cruzadas y una flecha central orientada hacia arriba, junto a la expresión nominativa "GRUPO ALTEA S.A.S".



Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicable a la comparación de marcas

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, el Tribunal ha establecido 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, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”¹².

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.

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas para el cotejo entre los mismos¹³:

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente análisis es de señalar que teniendo en cuenta que la marca solicitada y en las marcas halladas de oficio 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

¹² 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.

¹³ Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

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.”¹⁴

Análisis comparativo con las marcas opositoras

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, se trata de un signo mixto, conformado por las expresiones "Dr. Althea" en tipografía cursiva, "DR. ALTHEA" en tipografía *serif* de palo seco, y la secuencia numérica "345", con elementos gráficos y denominativos claramente diferenciados. Por su parte, las marcas opositoras son mixtas, conformadas únicamente por la expresión "Dr. Althea" en tipografía cursiva y estilizada.

En el presente caso, se puede observar que el signo solicitado incorpora de forma integral y repetida la expresión que constituye la totalidad de los signos opositores. El elemento denominativo esencial de la marca opositora, "Dr. Althea", se reproduce en el primer nivel gráfico del signo solicitado (en cursiva) y es reiterado inmediatamente después en un segundo nivel ("DR. ALTHEA"). Esta inclusión es una apropiación del núcleo identificador. Aunque la marca solicitada añade el elemento numérico "345" y varía la presentación tipográfica, estos agregados resultan insuficientes para desvirtuar la identidad ya consolidada por la reiteración del elemento "DR. ALTHEA". Desde el punto de vista ortográfico y fonético, la identidad de las expresiones dominantes es absoluta, puesto que la forma en que se pronuncia y se escribe el componente "DR. ALTHEA" es idéntica.

La coincidencia total en el *lexema* o raíz léxica "DR. ALTHEA" determina la similitud de los signos. El consumidor promedio, al recordar las marcas opositoras "Dr. Althea", retendrá el conjunto de las palabras que lo componen. Al enfrentar la solicitud "DR. ALTHEA 345 Dr. Althea", el elemento que captará su atención y que generará la conexión inmediata será precisamente la expresión idéntica, haciendo que el agregado "345" sea percibido como un simple complemento, una referencia de línea o una variación, pero sin la fuerza suficiente para distinguir la marca en su conjunto. Esta identidad esencial constituye el elemento común preponderante que tiene el potencial de causar confusión, pues tanto la secuencia vocálica como la sílaba tónica coinciden plenamente, lo que hace que la distinción sea imperceptible al oído y a la memoria del consumidor.

En el presente caso, se puede concluir que el cotejo integral de los signos "DR. ALTHEA 345 Dr. Althea" y "DR. ALTHEA" revela una identidad absoluta en el elemento denominativo principal, que es el de mayor fuerza identificadora. La reproducción literal y la duplicación del núcleo identificador de la marca opositora en la marca solicitada generan un riesgo de confusión directo e ineludible en el consumidor promedio. La adición de elementos

¹⁴ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

accesorios en la marca solicitada no logra evitar que el consumidor asocie la procedencia empresarial de ambas marcas con la titular de las marcas opositoras.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Cosméticos; cosméticos a base de hierbas; cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas cosméticas para el rostro; preparaciones cosméticas; preparaciones cosméticas de cuidado facial; cremas antiarrugas para uso cosmético; cremas antiedad; cremas antiedad para pieles secas; cremas antienvjecimiento; cremas corporales; cremas cosméticas a base de extractos de plantas; cremas cosméticas nutritivas.

El signo confrontado identifica:

Expediente

Productos

SD2025/0062147 **(3):** Abrasivos; aceite de almendras para uso cosmético; aceite de gaulteria; aceite de jazmín; aceite de lavanda; aceite de rosas; aceites de limpieza; aceites de perfumería; aceites para perfumes y fragancias; aceites de tocador; aceites esenciales; aceites etéreos; aceites esenciales de cedro; aceites esenciales de cidra; aceites esenciales de limón; aceites esenciales para aromaterapia; aceites para uso cosmético; acondicionadores para el cabello; adhesivos para uso cosmético; adhesivos para fijar postizos capilares; adhesivos para pestañas postizas; aerosoles refrigerantes para uso cosmético; agentes de secado para lavavajillas; agua de colonia; agua de lavanda; agua micelar; aguas de tocador; aguas perfumadas; aire comprimido enlatado para limpiar y quitar el polvo; algodón impregnado de preparaciones desmaquillantes; algodón para uso cosmético; almidón (apresto, almidón de apresto, engrudo); almidón para dar brillo; almizcle (producto de perfumería); ámbar (producto de perfumería); amoníaco [detergente]; añil de lavandería; apósitos para la reparación de uñas; aromas (aceites esenciales); aromatizantes alimentarios (aceites esenciales); aromatizantes de pastelería (aceites esenciales); aromatizantes para bebidas (aceites esenciales); astringentes para uso cosmético; bálsamos no médicos; basma (tinte cosmético); bastoncillos de algodón para uso cosmético; betún para el calzado; blanco de España / blanco de tiza; bombas de baño; brillos de labios; carburo de silicio (abrasivo); carburos metálicos (abrasivos); cenizas volcánicas para limpiar; cera antideslizante para pisos; cera de sastre; cera de zapatero; cera depilatoria; cera para el bigote; cera para el calzado; cera para parqué; cera para peinar las cejas; cera para pulir; ceras para pisos; champús en seco; champús para animales; champús para animales de compañía; champús; cintas adhesivas de doble párpado; cintas adhesivas para fijar postizos capilares; colorantes de tocador / tintes de tocador; conservantes para el cuero (betunes); corindón (abrasivo); corteza de quillay para lavar; cosméticos; cosméticos para animales; cosméticos para cejas; cosméticos para pestañas; cremas para aclarar la piel; cremas a base de aceites esenciales para aromaterapia; cremas cosméticas; cremas para el calzado; cremas



Ref. Expediente N° SD2025/0043228

para el cuero / ceras para el cuero; cremas para pulir; decapantes para cera de parqué; decolorantes para uso cosmético; dentífricos; desincrustantes para uso doméstico; desmaquilladores; desodorantes para animales de compañía; desodorantes para personas o animales; detergentes para lavavajillas; detergentes que no sean para procesos de fabricación ni uso médico; diamantina (abrasivo); difusores de perfumes de ambiente con varillas; duchas vaginales para higiene íntima / desodorantes íntimos; encáusticos / productos para pulir muebles y pisos; enjuagues bucales no médicos; esencia de badiana; esencia de bergamota; esencia de menta; esencia de trementina para desengrasar; esencias etéreas; esmaltes de uñas / lacas de uñas; esmeril; estuches para pintalabios / lápices de labios; extractos de flores (productos de perfumería); extractos de plantas para uso cosmético; geles blanqueadores para uso dental; geles de masaje no médicos; geraniol; grasas para uso cosmético; heliotropina; henna / alheña (tinte cosmético); incienso; iononas (productos de perfumería); jabón de afeitar; jabón de almendras; jabones antitranspirantes; jabones para pies; jabones desodorantes; jabones para avivar colores de tejidos; jabones; jalea de petróleo para uso cosmético; lacas para el cabello; lápices blanqueadores de dientes; lápices de cejas; lápices de labios; lápices cosméticos; leche de almendras uso cosmético; leches limpiadoras de tocadore; lejía; lejía de soda; líquidos antideslizantes para suelos; líquidos lavavajillas; líquidos limpiaparabrisas; lociones capilares; lociones para después del afeitado; lociones para uso cosmético; madera de agar (incienso); maderas aromáticas; maquillaje; máscara de pestañas; mascarillas de belleza; mascarillas de hoja para uso cosmético; mascarillas desechables calentadas (no médicas); menta para perfumería; motivos decorativos para uso cosmético; paletas de maquillaje que contienen cosméticos; paños de limpieza impregnados con detergente; papel de esmeril; papel de lija / papel de vidrio; papel para pulir; papeles abrasivos; parches de gel para ojos uso cosmético; pasta de azúcar depilatoria; pastas de dientes; pastas para suavizadores de navajas; pastillas de detergente para máquinas de café; pastillas de jabón; pegatinas decorativas para uñas / calcomanías decorativas para uñas; perfumes; peróxido de hidrógeno para uso cosmético; pestañas postizas; pez de zapatero; piedra pómez; piedras de alumbre; piedras para afeitado / astringentes; piedras para pulir; piedras para suavizar; pintura corporal de látex para uso cosmético; pintura corporal uso cosmético; polvos de maquillaje; pomadas para uso cosmético; popurrís aromáticos; preparaciones blanqueadoras (decolorantes) uso doméstico; preparaciones con filtro solar; preparaciones cosméticas adelgazantes; preparaciones cosméticas para el baño; preparaciones cosméticas para bronceado; preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; preparaciones de aloe vera uso cosmético; preparaciones de colágeno uso cosmético; preparaciones de higiene íntima / desodorantes íntimos; preparaciones de higiene personal refrescar aliento; preparaciones de lavandería; preparaciones de tocadore; preparaciones desengrasantes (no industriales ni médicas); preparaciones fito-cosméticas; preparaciones limpiadoras no médicas higiene íntima; preparaciones para alisar cabello; preparaciones para baño (no médicas); preparaciones para limpiar prótesis dentales; preparaciones para ondular cabello; preparaciones para pulir; preparaciones para pulir prótesis dentales; preparaciones químicas de limpieza para uso doméstico; productos antiestáticos uso doméstico; productos antitranspirantes (artículos de tocadore); productos

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

blanqueadores para ropa / cuero; productos cosméticos para niños; productos de afeitar; productos de cera para derretir aromáticos; productos para perfumar ambiente; productos para perfumar ropa / bolsitas perfumadas; productos para quitar barnices; productos para quitar lacas; productos para quitar pinturas; productos para quitar tintes; productos para remojar ropa; productos químicos domésticos para avivar colores; purpurina corporal; purpurina para uñas; quitaesmaltes; quitamanchas; rojo para pulir / rojo de joyero; safrol; sales blanqueadoras; sales de baño (no médicas); sellos cosméticos; soda para limpiar / blanquear; soluciones decapantes; suavizantes para ropa; sueros para uso cosmético; talco de tocador; té de baño uso cosmético; tela abrasiva; tela de esmeril; tela de vidrio (tela abrasiva); terpenos (aceites esenciales); tintes cosméticos; tintes para cabello / colorantes del cabello; tintes para barba; tiras blanqueadoras dentales; tiras para refrescar aliento; tiza para limpiar; toallitas antielectrostáticas para secadoras; toallitas atrapacolor para ropa; toallitas impregnadas de lociones cosméticas; toallitas impregnadas de preparaciones desmaquillantes; toallitas para bebés con preparaciones de limpieza; tónicos uso cosmético; trementina para desengrasar; trípoli para pulir; uñas postizas; varillas de incienso; velas de masaje para uso cosmético.

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 en la Clase 3

La Dirección observa **identidad** en virtud de una relación **género-especie** en los productos de la Clase 3 que identifican los signos en conflicto. Lo anterior, toda vez que el signo solicitado pretende identificar: “*Cosméticos*”; mientras que la marca registrada identifica, de manera amplia, “cosméticos” de diferentes tipos y subclases, como lo son los “*decolorantes para uso cosmético; dentífricos; desmaquilladores*”, entre muchos otros.

En ese orden de ideas, no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos mediante la relación género-especie.

De esta manera, sin efectuar mayor análisis, dado su grado de similitud, es claro que los productos comparten la misma naturaleza, finalidad y están dirigidos al mismo consumidor, lo cual supone que al momento de pretender adquirirlos incurra en riesgo de confusión al pensar erradamente que los productos provienen de un único empresario.

En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, y a la inversa, lo cual no se da en el presente caso, donde se trata de productos idénticos por relación género-especie para marcas altamente similares.

Análisis de Conexidad Competitiva en la Clase 3 sobre los productos no idénticos

Aunado a la identidad por relación género-especie previamente establecida, se observa que existe una evidente conexidad competitiva entre el resto de la cobertura del signo solicitado y la amplia gama de productos identificados por el signo confrontado, cumpliéndose los criterios de **sustituibilidad y razonabilidad**.

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

El signo solicitado pretende distinguir: cremas cosméticas para el rostro, cremas antiedad y cremas cosméticas nutritivas, entre otros. El signo confrontado distingue, entre muchos otros, cremas cosméticas, preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel, lociones para uso cosmético, y mascarillas de belleza. Todos estos productos comparten la misma finalidad, que es el cuidado y embellecimiento de la piel, y están dirigidos al mismo segmento de consumidores. Si un consumidor busca una crema cosmética (solicitante) y encuentra en su lugar una loción o una mascarilla de belleza (opositora) con un precio o promoción similar, podría optar por adquirir la del opositor sin que ello implique una variación sustancial en la satisfacción de su necesidad de cuidado facial o corporal. Esta intercambiabilidad en el mercado confirma que son productos competidores.

Además, en la realidad económica y de *marketing* del sector de la belleza y el cuidado personal, es práctica común que una única marca identifique tanto las preparaciones específicas para el cuidado de la piel (cremas antiedad, cremas corporales, preparaciones cosméticas de cuidado facial del solicitante) como los productos de aseo y *make-up* complementarios (dentifricos, jabones, maquillaje, pestañas postizas, lacas para el cabello del opositor). La capacidad de una marca para ofrecer una línea completa de productos de tocador y belleza, desde el cuidado básico hasta el maquillaje y los aceites esenciales, es percibida por el consumidor como una estrategia natural de expansión del fabricante original, lo que refuerza la probabilidad de que asuma que los productos bajo la expresión "DR. ALTHEA" en sus diferentes variaciones provienen de un mismo origen empresarial.

Análisis comparativo con el primer antecedente

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 "Dr. Althea DR. ALTHEA 345" y sus respectivos elementos gráficos. Por su parte, la marca hallada de oficio de oficio es de naturaleza mixta, conformada por la expresión "ēsika ALTHEUS" y sus respectivos elementos gráficos. En el presente análisis, esta Dirección se centrará en el cotejo de los componentes denominativos que son los preponderantes en cada signo.

A juicio de esta Dirección, la impresión general que los signos generan en el consumidor es de alta similitud fonética y ortográfica. Pese a que el signo solicitado contiene un prefijo "Dr." y un elemento numérico "345", y el signo oponente incluye el vocablo "ēsika", la fuerza identificadora de ambas marcas recae preponderantemente en la secuencia vocálica y consonántica de los términos "ALTHEA" (solicitado) y "ALTHEUS" (oponente). El examen de los signos como una unidad fonética y gráfica indivisible permite observar que el consumidor promedio, al recordarlos y pronunciarlos, se centraría en el lexema común, diluyendo la capacidad diferenciadora de los elementos accesorios.

En la identificación de los elementos con función diferenciadora, se puede concluir que la parte más relevante de la marca solicitada es "ALTHEA", y en el signo oponente, es "ALTHEUS". La inclusión del prefijo "Dr." en el signo solicitado y "ēsika" en el oponente funciona como un elemento complementario, mas no preponderante, ya que la coincidencia en la raíz léxica anula cualquier intento de diferenciación.

Ahora bien, en cuanto a su raíz léxica, ambos signos comparten la secuencia A-L-T-H-E y la diferencia se reduce a la vocal final -A en el signo solicitado y -US en el signo oponente. Esta divergencia en la terminación resulta mínima e insuficiente para desvirtuar el riesgo de confusión. Las implicaciones de esta semejanza radican en la posibilidad de que el consumidor asocie erróneamente el origen empresarial de los productos, creyendo que ambos signos provienen del mismo círculo económico. Esta similitud en la raíz léxica constituye el principal foco de confusión.

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Respecto al aspecto ideológico o conceptual, se puede observar que ambos vocablos no evocan un concepto específico o descriptivo que sirva como elemento diferenciador. Al tratarse de denominaciones de fantasía, su semejanza fonética y ortográfica resulta aún más peligrosa, puesto que el consumidor, al carecer de un referente conceptual que lo guíe, se basará únicamente en la estructura y sonoridad de las palabras. Por consiguiente, en atención a la similitud en los aspectos fonético y ortográfico, se determina la existencia de un riesgo de confusión y asociación para el consumidor promedio.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Cosméticos; cosméticos a base de hierbas; cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas cosméticas para el rostro; preparaciones cosméticas; preparaciones cosméticas de cuidado facial; cremas antiarrugas para uso cosmético; cremas antiedad; cremas antiedad para pieles secas; cremas antienvjecimiento; cremas corporales; cremas cosméticas a base de extractos de plantas; cremas cosméticas nutritivas.

El signo confrontado identifica:

Expedientes

Productos

04072001

(3): Colonias, agua de perfume, agua de tocador (eau de toilette), lociones perfumadas para el cuerpo, talco, gel de baño, loción para después de la afeitada y desodorantes, exclusivamente.

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 3 de la Solicitante y la Clase 3 de la marca hallada de oficio

En este caso, la conexidad competitiva se establece mediante el criterio de **razonabilidad** o el origen empresarial común, que es aquel donde el consumidor, considerando las prácticas usuales del mercado, podría asumir lógicamente que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario.

Se constata que el signo solicitado pretende distinguir productos de tratamiento y cuidado de la piel altamente especializados, tales como "cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas antiedad; cremas antienvjecimiento" y "cremas cosméticas nutritivas". Por su parte, el signo confrontado ampara artículos de higiene, perfumería y acabado, como "Colonias, agua de perfume, agua de tocador (eau de toilette), lociones perfumadas para el cuerpo, talco, gel de baño, loción para después de la afeitada y desodorantes". Si bien no son productos idénticos o sustituibles, el mercado de la cosmética y el cuidado personal está caracterizado por la existencia de marcas paraguas que agrupan todas estas categorías. Es práctica comercial habitual que una misma empresa que produce lociones y perfumes (cobertura del antecedente) extienda su línea de negocio hacia cremas de tratamiento y antiarrugas (cobertura del solicitante) para ofrecer una solución integral.

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

La percepción del consumidor en la realidad de mercado valida esta conexión. Un ciudadano promedio al encontrar las expresiones "ALTHEA" y "ALTHEUS" en la góndola (o canal de distribución) que identifica, por un lado, una crema facial especializada, y por otro, un agua de tocador, concluiría de manera razonable que ambos productos proceden de la misma fuente de origen empresarial, o de un grupo económico asociado. El riesgo de confusión se materializa en el plano asociativo, ya que la diversidad de la oferta en el sector cosmético no es un factor diferenciador, sino, por el contrario, un factor de convergencia que refuerza la probabilidad de que los bienes deriven del mismo titular.

Análisis comparativo con el segundo antecedente

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 denominativa "Dr. Althea DR. ALTHEA 345" acompañada de una grafía particular. Por su parte, la marca hallada de oficio es de naturaleza mixta conformada por la expresión "GRUPO ALTEA S.A.S" junto a un elemento figurativo simple.

Según las reglas definidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, las expresiones de uso común o descriptivas carecen de distintividad intrínseca y deben ser excluidas del análisis comparativo principal. En el presente caso, se observa que la expresión "GRUPO" y la sigla "S.A.S" contenidas en el signo hallado de oficio son elementos que describen una organización empresarial y su naturaleza jurídica, por lo que no serán considerados como elementos distintivos dominantes dentro del cotejo marcario. En consecuencia, el examen de confrontación se centrará exclusivamente en el elemento distintivo nuclear de la marca antecedente, que corresponde al vocablo "ALTEA".

A juicio de esta Dirección, al realizar el análisis de los signos en conjunto, se advierte una similitud fonética y ortográfica crítica que supera cualquier diferencia accesorio. Si bien el signo solicitado incorpora los elementos "Dr." y "345", y una letra "H" intercalada en su denominación principal ("ALTHEA"), el elemento de mayor impacto y recordación en ambos signos es la raíz "ALTEA". Ortográficamente, la única distinción entre los núcleos denominativos es la presencia de la letra "H" en el signo solicitado; sin embargo, es un hecho notorio que en el idioma castellano la letra "H" es muda y carece de sonoridad propia. Esto conlleva a que la pronunciación de "ALTHEA" y "ALTEA" sea fonéticamente idéntica. El consumidor promedio, al solicitar verbalmente los productos o al recordarlos, reproducirá el mismo sonido para ambas marcas, anulando su capacidad diferenciadora.

Resulta evidente que la estructura silábica, la longitud de los vocablos y la ubicación de la sílaba tónica son coincidentes, generando una impresión de conjunto muy similar. Los elementos adicionales del signo solicitado, como la abreviatura "Dr." o los dígitos "345", actúan como componentes secundarios que no logran desviar la atención del consumidor del núcleo central del signo. Es altamente probable que el consumidor se refiera a ambos signos simplemente como "ALTEA". Por lo tanto, la coexistencia de una marca escrita como "ALTHEA" frente a una registrada como "ALTEA" generaría un escenario de confusión directa, donde el consumidor no podría distinguir una de la otra, o bien, un riesgo de asociación, asumiendo que el signo solicitado es una variación estilizada o una nueva referencia del titular de la marca "GRUPO ALTEA S.A.S".

Finalmente, ambos signos carecen de una connotación ideológica o conceptual en el idioma español, puntualmente en el contexto colombiano. Si bien esta expresión alude al sector botánico¹⁵, la realidad es que es una expresión poco utilizada e inclusive desconocida para el consumidor promedio. De tal modo, un consumidor promedio no

¹⁵ <https://dle.rae.es/altea>

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

podría asociar ninguna de las denominaciones con un concepto específico que pudiera servir eventualmente como un elemento diferenciador. En ausencia de un significado específico, la percepción del consumidor se centra únicamente en la similitud ortográfica y fonética de las expresiones, lo que aumenta la probabilidad de confusión.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Cosméticos; cosméticos a base de hierbas; cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas cosméticas para el rostro; preparaciones cosméticas; preparaciones cosméticas de cuidado facial; cremas antiarrugas para uso cosmético; cremas antiedad; cremas antiedad para pieles secas; cremas antienvjecimiento; cremas corporales; cremas cosméticas a base de extractos de plantas; cremas cosméticas nutritivas.

El signo confrontado identifica:

Expediente

Productos

SD2021/0117445 **(14):** Alhajas de piedras preciosas; alhajas de piedras preciosas y semipreciosas; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; cajas de presentación para piedras preciosas; espinelas [piedras preciosas]; estuches de presentación para piedras preciosas; fundas ajustables para anillos para proteger la banda y las piedras preciosas del anillo contra impactos, abrasión y daños; joyas de piedras preciosas; joyas de piedras preciosas y semipreciosas; kosmoclor [piedras preciosas]; moissanita [piedras preciosas artificiales]; nefrita [piedras preciosas]; olivino [piedras preciosas]; ornamentos de piedras preciosas o semipreciosas, o de metales preciosos o semipreciosos y sus aleaciones, o recubiertas de ellas; pedrería [piedras preciosas]; peridoto [piedras preciosas]; piedras preciosas; piedras preciosas [joyas]; piedras preciosas artificiales; piedras preciosas en bruto; piedras preciosas en cuanto alhajas; piedras preciosas, perlas y sus imitaciones; adornos de metales preciosos [joyería]; adornos de metales preciosos para calzado; aleaciones de metales preciosos; alfileres de adorno de metales preciosos; alfileres decorativos de metales preciosos; anillas abiertas de metales preciosos para llaves; anillos [artículos de joyería] de metales preciosos; anillos [artículos de joyería], que no sean de metales preciosos; anillos chapados de metales preciosos; anillos de metales preciosos; artículos de joyería chapados con metales preciosos; artículos de joyería chapados con metales preciosos; artículos semiacabados de metales preciosos para uso en la fabricación de joyería; cadenas de joyería de metales preciosos para pulseras; cadenas de metales preciosos para brazaletes; cadenas de metales preciosos para pulseras; cajas conmemorativas de metales preciosos; cajas de joyas de metales preciosos; cajas de metales preciosos; cajas de metales preciosos para joyas; cajas decorativas de metales preciosos; collares de metales preciosos; dijes [artículos de joyería]; dijes [joyería]; dijes de brazaletes; dijes de metales comunes [joyería]; dijes de metales

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

preciosos; dijes de metales preciosos [joyas]; dijes de metales preciosos o de chapado [joyería]; dijes de pulseras; dijes en cuanto artículos de joyería; dijes para artículos de joyería; dijes para brazaletes; dijes para collares; dijes para llaveros; dijes para pulseras; estatuillas de metales preciosos; estatuillas de metales preciosos y sus aleaciones; estuches para joyas [joyeros] de metales preciosos; gemas, perlas, y metales preciosos y sus aleaciones; gemelos de metales preciosos; hilados de metales preciosos [joyería]; hilos de metales preciosos [joyería]; hilos de metales preciosos en cuanto joyería; insignias de metales preciosos; joyeros de metales preciosos; joyería chapada con metales preciosos; joyería de cristal chapada con metales preciosos; joyería de metales preciosos; joyería realizadas con metales preciosos; lingotes de metales preciosos; llaveros de fantasía de metales preciosos; llaveros de metales preciosos; medallas chapadas de metales preciosos; medallas de metales preciosos; metales preciosos; metales preciosos en bruto; metales preciosos en bruto o semielaborados; metales preciosos semiacabados; metales preciosos semielaborados; metales preciosos y sus aleaciones; modelos a escala [ornamentos] de metales preciosos; obras de arte de metales preciosos; pasadores de corbata de metales preciosos; pendientes de metales preciosos; pequeñas cajas de joyas de metales preciosos; pequeños joyeros de metales preciosos; pines de metales preciosos; placas de identificación de metales preciosos, en cuanto artículos de joyería; portallaves de metales preciosos; pulseras de identificación de metales preciosos [joyería]; pulseras de metales preciosos; relojes de metales preciosos o chapados; diamante en bruto; diamantes tallados; diamantes*; joyas de diamantes; joyas; joyas de bronce; joyas de cristal; joyas de cristal fino; joyas de esmalte alveolado; joyas de hilado de oro; joyas de marfil; joyas de peltre; joyas de perlas; joyas de plata de ley; joyas de platino; joyas de ámbar amarillo; joyas para la cabeza; joyeros [cofrecillos para joyas]; joyeros [cofrecillos para joyas], que no sean de metales preciosos; organizadores de joyas [cajas]; pulseras de identificación [joyas]; talismanes [joyas]..

(35): Servicios de joyerías mayoristas; servicios de joyerías minoristas; servicios de publicidad en relación con artículos de joyería; servicios de tiendas mayoristas en línea de artículos de joyería; servicios de tiendas minoristas en línea de artículos de joyería; servicios de venta al por menor relacionados con joyería; servicios de venta mayorista de artículos de joyería; servicios de venta mayorista en relación con artículos de joyería; servicios de venta minorista de artículos de joyería; servicios de venta minorista en línea en relación con artículos de joyería; servicios de venta minorista en relación con artículos de joyería; servicios de venta minorista prestados por joyerías; comercialización; comercialización de productos; comercialización por internet; servicios de comercialización.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

Análisis de Conexidad Competitiva entre la Clase 3 de la Solicitante y las Clases 14 y 35 de la marca hallada de oficio

Bajo el criterio de **razonabilidad**, esta Dirección encuentra que existe una conexidad competitiva innegable entre el sector de la joyería (Clase 14 y servicios de la Clase 35) y el sector cosmético (Clase 3), toda vez que ambos convergen en el amplio espectro de la industria de la moda y la imagen personal. Si bien los productos difieren en su naturaleza material, comparten una finalidad última idéntica: el embellecimiento y el cuidado de la presentación estética del consumidor. En la dinámica actual del mercado, es un hecho notorio que las marcas posicionadas en el segmento de lujo y accesorios —incluida la joyería— no limitan su actividad a la orfebrería, sino que gestionan su reputación como un concepto de estilo de vida, lo que hace natural y previsible su coexistencia con líneas de productos de belleza, cremas y perfumería.

En consecuencia, desde la óptica del consumidor promedio, resulta absolutamente razonable asumir un origen empresarial común entre los signos en conflicto. La práctica comercial consolidada demuestra que es habitual que empresas dedicadas a la comercialización de alhajas y piedras preciosas expandan su portafolio hacia el mercado de los cosméticos como una estrategia de diversificación de marca (*brand extension*). Por tanto, al encontrar la marca 'ALTHEA/ALTEA' identificando tanto una joya como una crema facial, el público no las percibirá como ofertas de competidores aislados, sino que inferirá, por vía de la lógica comercial, que dichos productos provienen del mismo titular o de empresas económicamente vinculadas, configurándose así el riesgo de asociación que la norma comunitaria pretende evitar.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en las causales de irregistrabilidad establecidas en el Artículo 137 y en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **JD INTERNATIONAL CO., LTD.**, respecto de la causal de irregistrabilidad del Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

ARTÍCULO 2: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **JD INTERNATIONAL CO., LTD.**, respecto de la causal de irregistrabilidad del Artículo 137 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **DR.ALTHEA 345 Dr.Althea** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁶, solicitada por el señor **MIGUEL DELIO MONTES MONTES**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Notificar al señor **MIGUEL DELIO MONTES MONTES**, solicitante del registro y a la sociedad **JD INTERNATIONAL CO., LTD.** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha

¹⁶ **3:** Cosméticos; cosméticos a base de hierbas; cremas cosméticas para el cuidado de la piel; cremas cosméticas para el rostro; preparaciones cosméticas; preparaciones cosméticas de cuidado facial; cremas antiarrugas para uso cosmético; cremas antiedad; cremas antiedad para pieles secas; cremas antienvjecimiento; cremas corporales; cremas cosméticas a base de extractos de plantas; cremas cosméticas nutritivas.

Resolución N° 100477

Ref. Expediente N° SD2025/0043228

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 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 1 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS