

**SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
DELEGATURA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS / DESPACHO DEL
SUPERINTENDENTE DELEGADO**

REFERENCIA:

Expediente No.: SD2025/0001441

Signo Solicitado: HIPERS SONNY ANGEL (Mixta)

Solicitante: RAUL ALBERTO GÓMEZ ALZATE

Clase Internacional: 28

**ASUNTO: INTERVENCIÓN DE TERCERO CON INTERÉS LEGÍTIMO.
Solicitud de NEGACIÓN DE OFICIO por irreregistrabilidad absoluta basada
en NOTORIEDAD (Art. 136 literal h) y MALA FE (Art. 137) de la Decisión
486.**

JUAN CARLOS TORRES IBARRA, mayor de edad, domiciliado en Bogotá D.C., identificado con la cédula de ciudadanía No. 73.167.160, abogado en ejercicio portador de la Tarjeta Profesional 99.849 vigente, domiciliado en la Calle 69 No. 4-48 de la ciudad de Bogotá, actuando en nombre y representación de la sociedad extranjera **DREAMS INC.** (o **KABUSHIKI KAISHA DREAMS**), tal como acredito mediante el poder que reposa en el expediente de la solicitud de mi mandante No. **SD2025/0023384** (el cual solicito sea tenido en cuenta para esta actuación por economía procesal), comedidamente manifiesto ante su Despacho lo siguiente:

1 PETICIÓN

Acudo ante la Entidad para aportar **PRUEBAS SOBREVINIENTES Y ARGUMENTOS DE ORDEN PÚBLICO** que demuestran la imposibilidad jurídica de conceder el registro del signo de la referencia, solicitando respetuosamente que se **NIEGUE** el mismo, adicionando a los fundamentos actuales las causales de **Notoriedad** y **Perpetración de un acto de competencia desleal (Mala Fe)**.

2 HECHOS RELEVANTES

- 2.1 **Titularidad y Creación:** Mi representada, **DREAMS INC.**, es una compañía japonesa fundada en 2004 por Toru Soeya, creadora y titular mundial de la famosa marca **SONNY ANGEL**². Este signo ha sido utilizado ininterrumpidamente por más de 20 años para identificar figuras de colección y juguetes de la Clase 28.
- 2.2 **Portafolio Mundial:** Como se desprende de los reportes de la **Base Mundial de Datos de Marcas (WIPO)** que se adjuntan, mi mandante es titular de numerosos registros de la marca **SONNY ANGEL** en jurisdicciones como Estados Unidos, Japón, Unión Europea, Australia, Corea del Sur, entre otros.

- 2.3 **La línea "HIPERS":** Dentro del universo marcario de mi mandante, existe una línea de productos extremadamente exitosa y viral denominada **"HIPERS"**, consistente en figuras decorativas que se adhieren a dispositivos móviles y pantallas.
- 2.4 **La Solicitud Fraudulenta:** El señor RAUL ALBERTO GÓMEZ ALZATE solicitó el registro de la marca **"HIPERS SONNY ANGEL"** (Expediente SD2025/0001441). Dicha solicitud reproduce íntegramente no solo la marca notoria **SONNY ANGEL**, sino que agrega el término **HIPERS**, que corresponde *exactamente* a una marca registrada y vigente de mi mandante.
- 2.5 **Estado del Trámite:** La Dirección de Signos Distintivos negó inicialmente el registro mediante Resolución No. 100529 del 1 de diciembre de 2025 por confusión con la marca "SONY". El solicitante ha apelado dicha decisión, por lo que esta intervención busca blindar la negativa con argumentos de propiedad sobre los signos específicos reproducidos.

3 ANÁLISIS JURÍDICO Y CAUSALES DE IRREGISTRABILIDAD

Independientemente de la discusión sobre la marca "SONY" (electrónicos), el registro solicitado por el Sr. Gómez Alzate adolece de vicios de nulidad absoluta que la Administración debe declarar de oficio.

3.1 Protección de la Marca Notoria (Artículo 136, literal h, Decisión 486)

La norma comunitaria prohíbe el registro de signos que constituyan una reproducción o imitación de un signo distintivo notoriamente conocido. La marca **SONNY ANGEL** ostenta la calidad de **MARCA NOTORIA** en el sector pertinente de la Clase 28 (juguetes, coleccionables, artículos de diseño) en Colombia y a nivel mundial, conforme a los criterios del Artículo 228 de la Decisión 486:

- 3.1.1 **Grado de conocimiento (Art. 228 a):** La marca ha alcanzado un estatus de ícono cultural ("Cult Status"), especialmente entre la Generación Z. En plataformas como TikTok, el hashtag #sonnyangel supera los **95 millones de visualizaciones**¹⁰. En Colombia, existen comunidades activas de coleccionistas y puntos de venta físicos reconocidos (ej. Tienda Violetta) y plataformas digitales (Mercado Libre) con altos volúmenes de transacción.
- 3.1.2 **Duración y Extensión (Art. 228 b):** La marca tiene más de **20 años de uso continuo** en el mercado global, expandiéndose a 33 países.
- 3.1.3 **Valor y Prestigio (Art. 228 e):** Las figuras "Sonny Angel" tienen un valor de reventa en el mercado secundario que puede superar los **\$2,000 USD** por piezas raras¹, demostrando un *goodwill* excepcional que el solicitante pretende usurpar.
- 3.1.4 **Conclusión sobre Notoriedad:** Permitir el registro de "HIPERS SONNY ANGEL" a un tercero induciría inevitablemente al público a creer que dichos productos provienen de **DREAMS INC.**, constituyendo un riesgo de

confusión directa y de asociación, diluyendo la fuerza distintiva de nuestra marca notoria.

3.2 La Mala Fe Evidente (Artículo 137, Decisión 486)

El artículo 137 faculta a la Oficina Nacional Competente para denegar el registro cuando existan indicios razonables de que la solicitud se ha efectuado para perpetrar un acto de competencia desleal. En el caso *sub examine*, la mala fe es **manifiesta**:

- 3.2.1 **Copia Servil (Casualidad Imposible):** El solicitante no solo copió la marca principal "SONNY ANGEL", sino que le antepuso la expresión "**HIPPERS**". Como se prueba en el anexo, "HIPPERS" es una marca registrada de mi mandante.
- 3.2.2 La probabilidad de que un tercero haya ideado independientemente la combinación exacta de "HIPPERS" + "SONNY ANGEL" para la misma clase de productos (Clase 28) es estadísticamente nula.
- 3.2.3 Se trata de un intento parasitario de apropiación de la reputación ajena.

4 PRUEBAS

Sírvase tener como pruebas documentales las siguientes, anexas a este escrito:

- 4.1 **Informe Técnico-Legal sobre la Notoriedad de Sonny Angel:** Documento exhaustivo que detalla la historia, presencia en redes sociales y ventas en Colombia¹.
- 4.2 **Reportes de la Base Mundial de Datos de Marcas (WIPO):** Acreditando la titularidad global de las marcas SONNY ANGEL y HIPPERS.
- 4.3 **Solicitud de Inspección Judicial:** Solicito respetuosamente se realice, de ser necesario, una verificación de oficio de las páginas web y enlaces citados en el Informe de Notoriedad adjunto para constatar la comercialización en Colombia.

5 PETICIONES

Con fundamento en lo expuesto, solicito al Despacho:

- 5.1 DENEGAR el registro de la marca HIPPERS SONNY ANGEL (Mixta) (Expediente SD2025/0001441).
- 5.2 Fundamentar la negativa en las causales de **irregistrabilidad por afectación a una MARCA NOTORIA** (Art. 136 literal h) y **MALA FE** (Art. 137) de la Decisión 486.

Del Señor Superintendente,

Cordialmente,



JUAN CARLOS TORRES IBARRA
C.C. No. 73.167.160
T.P. 99.849
Apoderado de DREAMS INC.

ANEXO TÉCNICO-PROBATORIO

A. RELACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES Y FUNDAMENTACIÓN DE NOTORIEDAD

Este anexo detalla la titularidad indiscutible de **DREAMS INC.** sobre los signos reproducidos por el solicitante y desglosa las fuentes probatorias de su notoriedad.

A. RELACIÓN DE REGISTROS INTERNACIONALES ("FAMILIA DE MARCAS")

Los reportes oficiales de la **Base Mundial de Datos de Marcas (WIPO)** acreditan que **HIPPERS** y **SONNY ANGEL** son marcas registradas y vigentes del mismo titular en la Clase 28, lo que prueba que la solicitud "HIPPERS SONNY ANGEL" es una usurpación de un portafolio consolidado.

- Portafolio de la Marca "HIPPERS" (La Sub-Marca Usurpada)

El término "HIPPERS", incluido por el solicitante, es una marca registrada de DREAMS INC. (o sus filiales) en múltiples países¹:

- **Estados Unidos:** Registro No. **7630393** (31 dic. 2024), Titular: Dreams USA, Inc.
- **Internacional (WIPO):** Registro No. **1830023** (21 oct. 2024), Titular: KABUSHIKI KAISHA DREAMS.
- **Australia:** Registro No. **2509825** (21 oct. 2024).
- **Singapur:** Registro No. **40202430619Q** (26 dic. 2024).
- **Filipinas:** Registro No. **PHM010001830023** (03 mar. 2025).
- **Solicitudes Pendientes:** Reino Unido (UK00004298837), Brasil (938396943), Canadá (2362956).

- Portafolio de la Marca "SONNY ANGEL" (La Marca Notoria Principal)

- **La marca madre posee una protección robusta a nivel global:**
 - **Estados Unidos:** Registro No. **6663607** (08 mar. 2022).
 - **Japón:** Registro No. **6871697** (03 dic. 2024).
 - **Canadá:** Registro No. **TMA1345911** (08 sep. 2025).
 - **Internacional (WIPO):** Registro No. **1830025** (21 oct. 2024).
 - **Israel:** Registro No. **383098** (02 dic. 2025).

B. FUNDAMENTACIÓN DE LAS FUENTES DEL REPORTE DE NOTORIEDAD

El "Informe técnico-legal" adjunto se basa en un acervo probatorio diverso que cumple los estándares del Art. 228 de la Decisión 486:

- **Fuentes Digitales (Conocimiento Masivo):**
 - **Redes Sociales:** Se acredita el estatus viral con métricas como el hashtag **#sonnyangel** con **+95 millones de visualizaciones** en TikTok².
 - **Contenido Educativo:** Videos documentales en YouTube ("How Sonny Angel Took Over Pop Culture") demuestran el interés activo del consumidor por la historia de la marca².
- **Prensa General y Especializada (Difusión):**
 - **Medios Masivos:** Artículos en La Nación, El Litoral y AS.com describen el "furor" y la "obsesión" por la marca en países de habla hispana, validando su conocimiento fuera del nicho especializado.
 - **Marketing:** Análisis en Marketing - eCommerce sobre el éxito comercial de la marca.
- **Fuentes Legales (Defensa Activa):**
 - **Decisiones WIPO (UDRP):** Casos como el **D2025-3249** y **D2025-1207** prueban que instancias internacionales ya han ordenado transferir dominios usurpados (*sonnyangelchile.com*), reconociendo la mala fe de terceros.
 - **Sentencias Judiciales:** Evidencia de acciones federales en EE.UU. contra falsificadores, con compensaciones millonarias, demostrando la voluntad de defensa del titular.
- **Fuentes Comerciales (Presencia en Colombia):**
 - **Ventas Reales:** Listados en Mercado Libre Colombia y la tienda Violetta (Bogotá) acreditan la comercialización física y digital en el territorio nacional

Informe técnico-legal sobre la notoriedad y estatus de ícono cultural del signo distintivo Sonny Angel: Fundamentos para la protección marcaria en Colombia bajo el régimen de la Comunidad Andina

El análisis de la propiedad industrial contemporánea exige una comprensión profunda no solo de los registros formales, sino de la realidad comercial y el impacto sociocultural que ciertos signos alcanzan en el mercado global. El signo distintivo Sonny Angel, propiedad de la firma japonesa Dreams Inc., representa un caso paradigmático de cómo una marca puede trascender su función original de identificación de productos para convertirse en un fenómeno cultural de escala planetaria. Este informe tiene como objetivo técnico documentar la notoriedad de la marca Sonny Angel, específicamente en el segmento de juguetes y artículos de colección encuadrados en la Clase 28 de la Clasificación Internacional de Niza, con el fin de proporcionar el sustento probatorio necesario para que su legítimo titular pueda impedir el registro de signos idénticos o confusamente similares por parte de terceros no autorizados en la República de Colombia.

La protección de las marcas notorias en Colombia se rige por la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, la cual otorga una tutela especial a aquellos signos que han alcanzado un reconocimiento superior entre el sector pertinente del mercado. A lo largo de este documento, se demostrará que Sonny Angel no solo cumple con los criterios de uso, difusión y prestigio exigidos por la normativa comunitaria, sino que su estatus de ícono cultural, especialmente entre la Generación Z y los coleccionistas adultos, le confiere una fuerza marcaria que debe ser protegida frente a intentos de usurpación o dilución.

Génesis y evolución histórica del signo distintivo Sonny Angel

La historia de Sonny Angel es un testimonio de la visión estratégica de Toru Soeya, fundador de Dreams Inc., quien en mayo de 2004 introdujo en el mercado japonés una propuesta que fusionaba la tradición del diseño industrial nipón con influencias estéticas occidentales.¹ El concepto central de la marca se aleja de la noción convencional del juguete para niños y se posiciona como un "compañero" para adultos, encapsulado en el lema institucional: "Él puede traerte felicidad".³ Esta orientación hacia el bienestar emocional del consumidor ha sido un

pilar fundamental en la construcción de su identidad corporativa y su reconocimiento global.

Desde una perspectiva técnica de diseño, el signo Sonny Angel se basa en una reinterpretación del personaje Kewpie, creado por la ilustradora estadounidense Rose O'Neill a principios del siglo XX.² Sin embargo, Toru Soeya y Dreams Inc. lograron imprimirle una distintividad propia mediante la simplificación de rasgos, la incorporación de alas de ángel minimalistas en la espalda y, crucialmente, la utilización de una vasta gama de tocados o sombreros temáticos que se han convertido en el elemento diferenciador por excelencia.²

Hito Histórico	Año	Evento Clave	Implicación Marcaria
Lanzamiento Original	2004	Debut de la figura de 18 cm	Establecimiento de la identidad visual básica
Transición a Minifiguras	2005	Introducción del formato de 7.5 cm	Adopción de la escala estándar para coleccionismo masivo
Modelo Blind Box	2005	Lanzamiento de la Serie Animal 1	Creación de la distintividad basada en la sorpresa
Expansión Global	2010-2020	Apertura de mercados en 33 países	Consolidación de la marca en el ámbito internacional
Viralización Digital	2021-2024	Explosión en TikTok e Instagram	Reconocimiento de la marca como ícono cultural Gen Z

La evolución del producto desde una figura de mayor tamaño hacia las minifiguras coleccionables que conocemos hoy permitió que la marca penetrara en el segmento de la decoración personal y el estilo de vida.² La decisión de Dreams Inc. de utilizar el sistema de "caja ciega" (blind box) no fue meramente una táctica de ventas, sino una estrategia de marca que vincula el signo Sonny Angel con una experiencia emocional de anticipación y alegría.⁶

Este mecanismo ha generado una lealtad de marca inusual en el sector de juguetes, donde el consumidor no solo busca el objeto, sino la pertenencia a la narrativa de la marca.

El fenómeno cultural y el posicionamiento en la Clase 28 de Niza

La relevancia de Sonny Angel en la Clase 28 de la Clasificación de Niza es indiscutible. Este segmento, que abarca tradicionalmente juguetes y artículos de recreo, ha visto una transformación profunda debido al auge de los "trendy toys" o juguetes de diseño.⁵ Sonny Angel se sitúa en la intersección entre el juguete, el objeto de arte y el accesorio de moda, lo que amplía su protección y su notoriedad a sectores conexos del mercado.

La construcción de Sonny Angel como un ícono cultural se sustenta en su capacidad para reflejar valores de "lujo silencioso" y minimalismo estético que resuenan con las tendencias contemporáneas del diseño.⁵ A diferencia de otras marcas de juguetes que dependen de licencias cinematográficas temporales, la fuerza de Sonny Angel radica en su distintividad intrínseca y su capacidad para generar contenido orgánico en medios digitales.⁶ La marca no se percibe simplemente como un producto de plástico, sino como un símbolo de calma, optimismo y nostalgia suave en un entorno digital saturado.⁵

Dinámicas de coleccionismo y valor en el mercado

El mercado de Sonny Angel se caracteriza por una estructura de precios y demanda que es propia de marcas con un alto grado de prestigio. Mientras que el precio de venta al público (PVP) sugerido se mantiene accesible, el mercado secundario y de reventa evidencia la altísima valorización del signo.

Tipo de Figura	Precio Minorista Estándar (USD)	Valor en Mercado de Coleccionismo (USD)	Rareza / Disponibilidad
Serie Regular	\$10 - \$20	\$15 - \$45	Disponibilidad continua en distribuidores
Edición Limitada	\$12 - \$25	\$50 - \$200	Lanzamientos estacionales (Navidad, San Valentín)
Figuras "Secretas"	Incluidas en cajas	\$200 - \$1,000	1 en cada 144

	ciegas		figuras (aprox.)
Ediciones Especiales (ej. Golden Pig)	Promociones especiales	>\$2,600	Extremadamente rara, pieza de museo

Esta disparidad entre el costo de producción y el valor de mercado es un indicador técnico de la plusvalía que el signo Sonny Angel aporta al producto físico.³ La notoriedad de la marca se manifiesta en el hecho de que el consumidor está dispuesto a pagar múltiplos significativos por el diseño original frente a imitaciones, reconociendo en el signo de Dreams Inc. una garantía de calidad y autenticidad que las copias no autorizadas no pueden replicar.¹⁰

La visibilidad mediática y el respaldo de celebridades como factores de notoriedad

Uno de los pilares fundamentales para alegar la notoriedad de una marca bajo la Decisión 486 es el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente.¹² En el caso de Sonny Angel, este conocimiento ha sido impulsado de manera exponencial por su presencia en la vida pública de celebridades e influencers de alcance global, lo que ha generado una exposición mediática que pocas marcas del sector de juguetes han logrado alcanzar.

La adopción de Sonny Angel por parte de figuras icónicas de la cultura popular ha funcionado como un mecanismo de validación de marca a gran escala. Celebridades como la cantante española Rosalía, la modelo Bella Hadid, la diseñadora Victoria Beckham y Jennie de la agrupación coreana Blackpink han mostrado públicamente su afinidad por la marca, integrando las figuras en sus accesorios personales y compartiéndolas con millones de seguidores en plataformas como Instagram y TikTok.² Esta visibilidad no es accidental; responde a un fenómeno donde el signo Sonny Angel se convierte en una extensión de la identidad visual del usuario.

Análisis del impacto en redes sociales

El ecosistema digital es el terreno donde la notoriedad de Sonny Angel se manifiesta con mayor vigor. Las métricas de interacción en redes sociales no son solo datos estadísticos, sino pruebas tangibles del reconocimiento de la marca por parte de los consumidores reales y potenciales en todo el mundo, incluyendo el territorio colombiano.

- **TikTok:** El hashtag #sonnyangel ha superado los 95 millones de visualizaciones, convirtiéndose en una categoría de contenido en sí misma que incluye videos de "unboxing", recorridos por tiendas y tutoriales de personalización.²
- **Instagram:** La naturaleza estética y "fotogénica" de las figuras ha permitido que la marca domine nichos de decoración, estilo de vida y moda, donde los usuarios crean

composiciones visuales complejas que siempre destacan el signo distintivo de la marca.⁶

- **Comunidades de Intercambio:** La formación de grupos de coleccionistas que organizan eventos presenciales en ciudades como Nueva York (con reuniones de más de 150 personas en parques públicos) y Madrid, demuestra que el signo genera una movilización social que va más allá de la simple compra de un juguete.²

En el ámbito hispanohablante, medios de comunicación de prestigio como La Nación de Argentina, El Litoral y diversos portales especializados en marketing han dedicado amplios reportajes a explicar el "furor" por los Sonny Angels, describiéndolos como el accesorio viral del momento y una tendencia imparable entre la Generación Z.³ Esta cobertura mediática en español es crucial para establecer la notoriedad del signo en la región andina, ya que demuestra que el consumidor local está expuesto a la misma información y tendencias que el consumidor global.

Presencia comercial y reconocimiento de marca en la República de Colombia

Para efectos de una defensa marcaria en Colombia, es imperativo demostrar que la marca no es una desconocida para el público local. Aunque el titular es una empresa extranjera, la marca Sonny Angel ha penetrado el mercado colombiano a través de múltiples canales, estableciendo una base de consumidores que asocia el signo con los productos originales de Dreams Inc..⁸

Canales de distribución y puntos de venta identificados

La disponibilidad de Sonny Angel en Colombia se manifiesta tanto en el entorno digital como en establecimientos físicos estratégicos. La existencia de la plataforma sonnyangelcolombia.com.co es la prueba más fehaciente de la actividad comercial dirigida específicamente al territorio colombiano, ofreciendo un catálogo completo de series originales y limitadas en moneda local.¹⁷

En cuanto a la presencia física, se ha documentado la venta de productos Sonny Angel en tiendas de diseño y accesorios en la capital del país, Bogotá. Estos establecimientos actúan como puntos de contacto directo donde el consumidor puede verificar la calidad y el diseño tridimensional que caracteriza a la marca.

Nombre del Establecimiento	Ubicación en Bogotá	Tipo de Presencia
Tienda Violetta	C.C. Plaza de las Américas (Isla 1441)	Punto de venta físico y contacto directo

Tienda Violetta	Chapinero (Carrera 13 # 44-34)	Sede principal de distribución minorista
Tienda Violetta	C.C. Plaza Imperial (Local 2-54)	Punto de venta en zona de alto tráfico
Mercados Digitales	Mercado Libre Colombia / Ubuy	Distribución nacional con alta rotación

La comercialización en plataformas como Mercado Libre Colombia muestra un volumen de ventas significativo, con publicaciones que superan las 500 unidades vendidas por vendedor individual en líneas populares como la serie "Hippers".¹⁸ Estas cifras indican que el signo Sonny Angel goza de una demanda real y constante en el país, lo que refuerza su estatus de marca conocida y protege al titular frente a terceros que intenten alegar falta de uso o presencia en el territorio nacional.

Percepción del consumidor colombiano

El consumidor colombiano de Sonny Angel pertenece a un segmento que valora la autenticidad y el diseño original. La proliferación de imitaciones en plataformas de bajo costo como AliExpress o Shein ha servido, paradójicamente, para que el sector pertinente aprenda a distinguir las características únicas del producto original (calidad del PVC, detalles de la pintura, empaque sellado con la marca Dreams Inc.).³ Esta capacidad de distinción es un elemento clave para probar que el signo posee una distintividad fuerte y que existe un riesgo real de confusión si se permite el registro de marcas idénticas por terceros que no tienen relación con el fabricante japonés.

Fundamentos jurídicos de la notoriedad bajo la Decisión 486

La Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina proporciona el marco legal para la protección de la marca Sonny Angel en Colombia. El Artículo 224 define la marca notoria basándose en su reconocimiento por el sector pertinente, y el Artículo 228 establece una lista no taxativa de factores para determinar dicha notoriedad.¹² A continuación, se analiza cómo Sonny Angel cumple con estos criterios técnicos:

Grado de conocimiento y sector pertinente (Literal a)

El sector pertinente para Sonny Angel en Colombia incluye a los consumidores de juguetes de colección, jóvenes adultos (Gen Z y Millennials) interesados en tendencias de redes sociales, y profesionales del diseño y la moda.⁴ El alto grado de conocimiento se evidencia por la

actividad en redes sociales desde IPs colombianas y la demanda en comercios locales. El reconocimiento no requiere ser universal entre toda la población, sino que debe ser sólido dentro del segmento que consume o interactúa con el tipo de producto.²¹

Duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización (Literal b)

Sonny Angel ha sido utilizado de manera ininterrumpida por Dreams Inc. desde hace 20 años.² Su utilización se extiende a más de 33 países, con una presencia comercial activa en los principales hubs de consumo del mundo.⁵ Esta trayectoria temporal y geográfica otorga al signo una estabilidad que sobrepasa a cualquier competidor emergente o imitador.

Valor de la inversión y promoción (Literales c y d)

Aunque gran parte de la viralización de Sonny Angel ha sido orgánica, Dreams Inc. ha realizado inversiones sustanciales en la creación de una infraestructura global de tiendas oficiales, la participación en ferias internacionales de juguetes y el mantenimiento de plataformas digitales de alta calidad.² La creación constante de series limitadas (más de 500 variaciones) implica una inversión continua en investigación, desarrollo y diseño industrial que se refleja en la fuerza del signo.²⁴

Distintividad inherente y adquirida (Literal f)

Sonny Angel posee una distintividad inherente alta debido a su diseño único (ángel con alas mínimas y sombreros temáticos), que no es descriptivo ni genérico de la Clase 28.⁶ Además, ha desarrollado una distintividad adquirida ("secondary meaning") a través de décadas de uso, donde la forma del muñeco se asocia automáticamente con el origen empresarial de Dreams Inc., incluso en ausencia del nombre escrito.⁶

Criterio de Notoriedad	Evidencia Sonny Angel	Estatus de Cumplimiento
Reconocimiento	95M+ vistas en TikTok, celebridades globales	Sobresaliente
Trayectoria	20 años de mercado (2004-2024)	Muy Alto
Alcance Geográfico	Ventas en 33 países, incluido Colombia	Global
Calidad / Prestigio	Reventa de hasta \$2,600 USD por piezas raras	Elite

Protección IP	Múltiples casos ganados en WIPO y cortes USA	Activo / Robusto
---------------	--	------------------

Protección de la propiedad intelectual y precedentes internacionales

La voluntad de Dreams Inc. de proteger la marca Sonny Angel es un factor determinante para su reconocimiento legal. La empresa ha demostrado ser proactiva en la defensa de sus activos intangibles, lo que envía un mensaje claro al mercado y a las oficinas de propiedad industrial sobre la importancia y el valor del signo.

Acciones legales contra la falsificación y la piratería

En noviembre de 2025, Dreams USA (filial de Dreams Inc.) anunció que había obtenido sentencias federales por más de un millón de dólares contra vendedores de productos falsificados de Sonny Angel, Hippers y Smiski en el mercado estadounidense.¹⁰ Estas acciones no solo incluyeron compensaciones económicas, sino también mandatos judiciales permanentes que obligan a los infractores a retirar de forma definitiva cualquier producto que imite el diseño o utilice la marca sin autorización.¹¹

Este precedente es vital para el caso colombiano, ya que demuestra que la usurpación de la marca Sonny Angel es un problema transnacional que el titular combate con rigor. Permitir el registro de una marca idéntica en Colombia facilitaría la entrada de productos que ya han sido declarados ilegales en otras jurisdicciones, afectando la seguridad jurídica del mercado y los derechos del consumidor.¹⁰

Jurisprudencia de la OMPI sobre nombres de dominio

El titular de la marca ha recurrido sistemáticamente al sistema UDRP de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) para recuperar dominios web que utilizan el signo Sonny Angel para engañar a los usuarios.

- **Caso WIPO D2025-3249:** Se ordenó la transferencia de los dominios <sonnyangelcollectibles.com> y <sonnyhomesusa.com> tras demostrarse que el registrante no tenía derechos legítimos y buscaba capitalizar la notoriedad de la marca para vender productos posiblemente fraudulentos.²⁶
- **Caso WIPO D2025-1207:** Involucró el dominio <sonnyangelchile.com>, donde el panel determinó que la adición de un término geográfico como "Chile" no evitaba el riesgo de confusión, reconociendo que el signo SONNY ANGEL era el elemento dominante y claramente reconocible.²⁷
- **Caso WIPO D2024-0566:** Se recuperó el dominio <sonnyangelstore.com>, estableciendo que el uso de la marca para sitios que simulan ser tiendas oficiales

gestionadas por Dreams Inc. constituye un acto de mala fe.²⁸

Estos casos demuestran que, a nivel internacional, el signo Sonny Angel es reconocido unánimemente como una marca con un titular legítimo único, y que cualquier intento de registro o uso por terceros sin autorización es catalogado como una práctica de mala fe orientada al aprovechamiento del prestigio ajeno.

Análisis técnico de la distintividad y el riesgo de confusión

La marca Sonny Angel no es meramente una palabra; es un complejo de identidad que incluye elementos visuales y tridimensionales protegidos. En el marco de un proceso de oposición en Colombia, es necesario destacar que el registro de una marca idéntica o similar por parte de un tercero generaría un riesgo de confusión inminente en el consumidor.

Elementos iconográficos inconfundibles

La distintividad de la marca se apoya en una "gramática visual" que el titular ha cultivado y que el público identifica con precisión:

1. **La estructura tridimensional:** La forma del ángel bebé, con sus proporciones específicas y su postura neutra, es un signo de identificación inmediata.⁵
2. **Las alas minimalistas:** El detalle de las pequeñas alas en la espalda es una firma de la marca que se mantiene a través de todas las series.⁵
3. **El sistema de empaque:** El uso de colores pastel, tipografías específicas y la iconografía del personaje en la caja (siempre bajo la marca Dreams Inc.) forma parte del reconocimiento global del signo.⁶
4. **La marca hermana Smiski:** La asociación con otros personajes como Smiski (figuras que brillan en la oscuridad) refuerza la percepción de un ecosistema de marca coherente y profesional que un tercero no puede replicar legítimamente.²

El riesgo de asociación y dilución

Si un tercero no autorizado obtuviera el registro de la marca Sonny Angel en Colombia, se produciría un fenómeno de "asociación ilícita" donde el consumidor, al ver el signo, asumiría erróneamente que el producto proviene de Dreams Inc. o cuenta con su aval.³⁰ Además, se produciría la "dilución" de la marca, debilitando su capacidad única de identificar un origen empresarial específico y permitiendo que la calidad y el prestigio construidos durante 20 años se vean comprometidos por productos de origen dudoso.¹³

En el contexto de la Clase 28, donde la estética y la autenticidad son los principales motores de compra para el sector de coleccionistas adultos, el riesgo de confusión no solo es probable, sino inevitable. El consumidor promedio, al encontrar el nombre Sonny Angel en un estante o en una página web, no realizará una investigación exhaustiva del registro; confiará

en el signo como un sello de garantía.⁶

El impacto de Sonny Angel en el mercado de habla hispana

La notoriedad de la marca en países de habla hispana es un factor crítico para su protección en Colombia. El flujo de información transfronterizo en la era digital asegura que lo que es notorio en España, México o Argentina, lo sea también en Colombia para el sector pertinente.

Influencia desde España y otros mercados regionales

España ha sido un mercado de gran relevancia para la consolidación de Sonny Angel en el mundo hispanohablante. La marca cuenta con distribuidores oficiales en las principales ciudades (Madrid, Barcelona, Málaga, etc.) y ha sido objeto de reportajes en medios de gran alcance como El País (Vandal Random) y Marketing4eCommerce.⁴

- **Tendencia "Hippers":** La moda de pegar ángeles en los smartphones, que comenzó en Asia, fue rápidamente adoptada en España y de allí se extendió a Latinoamérica, impulsada por figuras de la música como Rosalía.⁴
- **Prensa Especializada:** Portales de noticias en Argentina y España describen a Sonny Angel no como un simple juguete, sino como un "fenómeno de masas" y una "obsesión" que ha roto fronteras culturales.³

Esta homogeneidad en la percepción de la marca a lo largo de los mercados de habla hispana sustenta la tesis de que el consumidor colombiano tiene una expectativa de marca alineada con el estándar global. Un registro local por un tercero rompería esta coherencia de mercado y perjudicaría gravemente la reputación de la marca original en la región.

La marca como símbolo de identidad de la Generación Z

Para la Generación Z en Colombia, poseer un Sonny Angel es una forma de expresión de identidad y pertenencia a una comunidad global.¹ La marca se asocia con conceptos de bienestar, estética "cute" (kawaii) y un estilo de vida consciente y detallista.⁵ Un tercero que intente registrar la marca estaría no solo apropiándose de un nombre, sino de todo un capital cultural y simbólico que no le pertenece y que ha sido construido exclusivamente por Dreams Inc.

Conclusiones técnico-legales y recomendación de protección

Tras un análisis exhaustivo de la evidencia recopilada, se concluye de manera inequívoca que el signo distintivo Sonny Angel goza de un estatus de marca notoria en la República de Colombia para los productos de la Clase 28 y sectores conexos. Los fundamentos para esta

conclusión se sintetizan en los siguientes puntos:

1. **Reconocimiento Global y Local:** La marca ha demostrado una presencia comercial y mediática abrumadora, con un reconocimiento que abarca desde celebridades de talla mundial hasta comunidades locales de coleccionistas en Bogotá y otras ciudades del país.
2. **Trayectoria y Estabilidad:** Con dos décadas de existencia, Sonny Angel no es una moda efímera, sino una marca establecida con una identidad visual y conceptual madura y altamente distintiva.
3. **Valor Económico y Goodwill:** La disparidad entre el valor de producción y el valor de reventa, así como la lealtad extrema de sus consumidores, evidencian un prestigio marcario que es propiedad exclusiva de Dreams Inc.
4. **Defensa Activa de Derechos:** El titular ha demostrado una política constante de protección de su propiedad intelectual a través de acciones legales en cortes internacionales y procesos ante la OMPI, lo que refuerza la necesidad de mantener la integridad del signo en el mercado colombiano.
5. **Riesgo de Confusión Inminente:** Debido a la naturaleza del producto y la especificidad del diseño, cualquier registro por un tercero no autorizado resultaría en un engaño al consumidor y en un aprovechamiento injustificado de la reputación de la marca.

Por todo lo anterior, se recomienda al legítimo titular de la marca Sonny Angel ejercer todas las acciones de oposición y protección que le confiere la Decisión 486 de la Comunidad Andina. La evidencia de notoriedad aquí documentada es suficiente para desestimar cualquier solicitud de registro de un signo idéntico o similar en Colombia, garantizando así la leal competencia, la protección de los derechos de propiedad industrial y el interés de los consumidores en acceder a productos originales y auténticos. La marca Sonny Angel es, por definición y por derecho, un activo intangible de valor excepcional que debe permanecer bajo el control exclusivo de sus creadores originales, Dreams Inc.

Obras citadas

1. Sonny Angel - Wikipedia, la enciclopedia libre, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, https://es.wikipedia.org/wiki/Sonny_Angel
2. How Sonny Angel Took Over Pop Culture: His History, Rare Releases & MORE - YouTube, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=7Ujj_Fd-6GE
3. Qué son los “Sonny Angel”, la nueva tendencia para decorar los smartphones que se extiende en EE.UU. - La Nación, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.lanacion.com.ar/estados-unidos/que-son-los-sonny-angel-la-nueva-tendencia-para-decorar-los-smartphones-que-se-extiende-en-eeuu-nid11112024/>
4. La fiebre de los Sonny Angels invade TikTok: qué es, cuál es su ..., fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://marketing4ecommerce.net/que-son-los-sonny-angels/>
5. Labubu vs Sonny Angel collectors guide - Prestige Online, fecha de acceso:

diciembre 22, 2025,

<https://www.prestigeonline.com/sg/lifestyle/culture-plus-entertainment/labubu-vs-sonny-angel-plush-toy-trend-2025/>

6. El éxito de los Sonny Angel - BrandMedia - Agencia de Publicidad y Marketing Digital, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://brandmedia.es/el-exito-de-los-sonny-angel/>
7. El fenómeno Sonny Angel: ¿Qué son y por qué tienen tanto éxito? - El Friki Today, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://elfrikitoday.com/el-fenomeno-sonny-angel-que-son-y-por-que-tienen-tanto-exito/>
8. Comprar Sonny Angel Productos Online - Ubuy Colombia, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.ubuy.com.co/sp/brand/sonny-angel>
9. La historia detrás de los SONNY ANGELS, LABUBU... - YouTube, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=V-tSwF8RQ0A>
10. Sonny Angel and Smiski Crack Down on Counterfeit Collectibles - The Pop Insider, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://thepopinsider.com/dreams-usa-lawsuits-news/>
11. Counterfeit Crackdown: Dreams USA Secures Over \$1 Million in Infringement Lawsuits, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://toybook.com/dreams-usa-lawsuits-news/>
12. comunidad andina, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/20_IP_2021.pdf
13. WIPO Lex, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/583291>
14. What are the Sonny Angels and what's behind their success? - YouTube, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.youtube.com/shorts/36wUUqFGuVQ>
15. ¿Qué son los Sonny Angel? La disparatada historia de los muñecos favoritos de la Generación Z que arrasan en TikTok - Vandal Random, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://vandal.elespanol.com/random/que-son-los-sonny-angel-la-disparatada-historia-de-los-munecos-favoritos-de-la-generacion-z-que-arrasan-en-tiktok/29970.html>
16. ¿Qué son los "Sonny Angels"? los accesorios virales de TikTok ya llegaron a Santa Fe, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, https://www.ellitoral.com/informacion-general/sonnyangel-tiktok-viral-japones-kewpie-querubin-coleccionables-historicotematicas-animales-frutas-populares_0_w2D4YClDt.html
17. Sonny Angel Colombia - Sonny Angel Hippers Precio Colombia, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.sonnyangelcolombia.com.co/>
18. Sonny Angels | MercadoLibre, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://listado.mercadolibre.com.co/sonny-angels>
19. Sony Angel | MercadoLibre, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://listado.mercadolibre.com.co/sony-angel>
20. Sonny Angel - Violetta, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://violetacs.com/producto/sonny-angel/>

21. 342-IP-2021 - Comunidad Andina, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/342_IP_2021.pdf
22. Voting Results - Sonny Angel, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.sonnyangel.com/en/vote-2024/>
23. Sonny Angel®, HIPPERs® and Smiski® win Federal Courts Injunctions to Combat Counterfeits | Financial Post, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://financialpost.com/pmnl/business-wire-news-releases-pmn/sonny-angel-hippers-and-smiski-win-federal-courts-injunctions-to-combat-counterfeits>
24. Information | Sonny Angel - Official Site -, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.sonnyangel.com/en/category/information/>
25. About Sonny Angel | sonnyangelstore-usa, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://sonnyangelusa.com/pages/about>
26. WIPO Domain Name Dispute Case No. D2025-3249, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2025/d2025-3249.pdf>
27. WIPO Domain Name Dispute Case No. D2025-1207, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2025-1207>
28. WIPO Domain Name Dispute Case No. D2024-0566, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2024-0566>
29. Compré Todos los Sonny Angels (Falsos) - YouTube, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=j8NX_OKviqU
30. La SIC acabó con las intenciones de una marca que quiso “copiar” las características de un icónico producto muy usado en los hogares colombianos - Infobae, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://www.infobae.com/colombia/2025/06/13/la-sic-acabo-con-las-intenciones-de-una-marca-que-quiso-copiar-las-caracteristicas-de-un-iconico-producto-muy-usado-en-los-hogares-colombianos/>
31. La versión de los Sonny Angels que va a pegar fuerte en unos meses - AS.com - Diario AS, fecha de acceso: diciembre 22, 2025, <https://as.com/tikitakas/virales/la-version-de-los-sonny-angels-que-va-a-pegar-fuerte-en-unos-meses-n/>

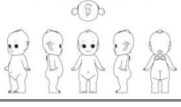
Global Brand Database - Export

Export generated on 2025-12-23, 23:37:58

Number of records: 11

(Brand name is matching exact expression "SONNY ANGEL") AND (Owner contains the word "KABUSHIKI KAISHA DREAMS ") AND (Nice classification all of [28])

[Open original search query in GBD](#)

1.	SONNY ANGEL	Pending Country of filing: AU Application: 2509839	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28	Sonny Angel
2.	Sonny Angel	Pending Country of filing: KH Application: KH/1830025/M	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28	Sonny Angel
3.	Sonny Angel	Registered (2024-10-21) Country of filing: WO Registration: 1830025 Expiration: 2034-10-21	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28	Sonny Angel
4.	Sonny Angel	Registered (2025-05-12) Country of filing: PH Registration: PHM010001830025 Expiration: 2034-10-21	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28	Sonny Angel
5.	Sonny Angel	Registered (2025-12-02) Country of filing: IL Registration: 383098 Expiration: 2034-10-21	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28	Sonny Angel
6.	Sonny Angel	Pending Country of filing: NZ Application: 1290591	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28	Sonny Angel
7.	SONNY ANGEL	Unknown Country of filing: CR Application: 2025-003049	Owner: DREAMS USA, INC., US Nice: 9, 28	SONNY ANGEL 
8.	SONNY ANGEL	Registered (2025-09-08) Country of filing: CA Registration: TMA1345911 Expiration: 2035-09-08	Owner: Dreams USA Inc, US Nice: 28	
9.	SONNY ANGEL	Pending Country of filing: BR Application: 938045164	Owner: DREAMS USA, INC, US Nice: 28	SONNY ANGEL 

10. SONNY ANGEL	Registered (2025-07-03) Country of filing: UY Registration: 572609 Expiration: 2035-07-03	Owner: DREAMS USA, INC., US Nice: 9, 28	SONNY ANGEL 
11. SONNY ANGEL	Registered (2022-03-08) Country of filing: US Registration: 6663607	Owner: Dreams USA, Inc., US Nice: 28	

Global Brand Database - Export

Export generated on 2025-12-24, 00:02:00

Number of records: 15

(Brand name is matching exact expression "HIPPER") AND (Owner contains the word "KABUSHIKI KAISHA DREAMS ") AND (Nice classification all of [28])

[Open original search query in GBD](#)

1.	HIPPER	Pending Country of filing: TH Application: 250102131	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28, 9	HIPPER
2.	HIPPER	Registered (2025-03-03) Country of filing: PH Registration: PHM010001830023 Expiration: 2034-10-21	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 9, 28	HIPPER
3.	HIPPER	Pending Country of filing: KH Application: KH/1830023/M	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 28, 9	HIPPER
4.	HIPPER	Registered (2024-12-26) Country of filing: SG Registration: 40202430619Q Expiration: 2034-10-21	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 9, 28	HIPPER
5.	HIPPER	Registered (2024-10-21) Country of filing: AU Registration: 2509825 Expiration: 2034-10-21	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 9, 28	HIPPER
6.	HIPPER	Pending Country of filing: NZ Application: 1290489	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 9, 28	HIPPER
7.	HIPPER	Pending Country of filing: MY Application: TM2024041049	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 9, 28	HIPPER
8.	HIPPER	Registered (2024-10-21) Country of filing: WO Registration: 1830023 Expiration: 2034-10-21	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 9, 28	HIPPER
9.	HIPPER	Pending Country of filing: IL Application: 383097	Owner: KABUSHIKI KAISHA DREAMS also trading as DREAMS INC., JP Nice: 9, 28	HIPPER

10. HIPPERs	Pending Country of filing: BR Application: 938396943	Owner: DREAMS USA, INC, US Nice: 28
11. HIPPERs	Registered (2024-12-31) Country of filing: US Registration: 7630393	Owner: Dreams USA, Inc., US,US Nice: 28
12. HIPPERs	Pending Country of filing: CA Application: 2362956	Owner: Dreams USA Inc, US Nice: 28
13. HIPPERs	Registered (2025-08-20) Country of filing: UY Registration: 573119 Expiration: 2035-08-20	Owner: DREAMS USA, INC, US Nice: 9, 16, 20, 28
14. HIPPERs	Unknown Country of filing: CR Application: 2025-004369	Owner: DREAMS USA, INC., US Nice: 9, 16, 20, 28
15. HIPPERs	Pending Country of filing: GB Application: UK00004298837	Owner: THE DREAMS EUROPE COMPANY, FR Nice: 28