

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 39168

Ref. Expediente N° SD2025/0109925

Por la cual se niega un registro

**EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**  
en ejercicio de sus facultades legales y,

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que por escrito presentado el día 22 de octubre de 2025, MOCCA HAIR COLORIMETRY SAS, solicitó el registro de la Marca MOCCA HAIR COLORIMETRY (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1087, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

**TERCERO:** Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

*“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”*

**Causales de irregistrabilidad en estudio**

**Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486**

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

<sup>1</sup> 44: Servicios de coloración del cabello; servicios de decoloración del cabello; servicios de teñido del cabello; lavado del cabello; peinado del cabello; servicios de alisado del cabello; servicios de color del cabello; servicios de corte de cabello; servicios de corte del cabello; servicios de lavado del cabello; servicios de ondulado del cabello; servicios de peinado del cabello; servicios de rizado del cabello; servicios de tintado del cabello; servicios de tinte de cabello; servicios de tinte del cabello; servicios para alisar el cabello; servicios para el cuidado del cabello; servicios para rizar el cabello; tintado del cabello; tratamientos cosméticos para el cabello; peluquerías; peluquerías para caballeros; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; salones de peluquería; servicios de cuidados de belleza y peluquería; servicios de peluquería; servicios de peluquería femenina; servicios de peluquería masculina; servicios de peluquerías; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de salones de peluquería; servicios de salones de peluquería de caballero; servicios de salones de peluquería de señora; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; asesoramiento en cuidados capilares; servicios de asesoramiento en cuidados capilares; servicios de cuidado capilares; servicios de cuidados capilares; servicios de tratamientos capilares; servicios de tratamientos cosméticos corporales, faciales y capilares; tratamientos capilares; depilación con cera; servicios de aplicación de cera al cuerpo para la depilación de personas; servicios de depilación; servicios de depilación a la cera para el cuerpo humano; servicios de depilación corporal con cera; servicios de depilación de cejas con hilo; servicios de depilación personal; servicios personales de depilación; tratamiento cosmético de la depilación mediante láser.

Ref. Expediente N° SD2025/0109925

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 tercero<sup>2</sup>, esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada<sup>3</sup>.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

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

| Tipo  | Signo | Titular               | Expediente     | Niza | Clase | Trámite | Estado     | Vigencia   |
|-------|-------|-----------------------|----------------|------|-------|---------|------------|------------|
| Mixta | MOCA  | ALMA COSMETICOS S.A.S | SD2020/0054675 | 11   | 3     | Marca   | Registrada | 16/12/2030 |

<sup>2</sup> •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. (...).

<sup>3</sup> A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

- a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.
- b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentrífico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.
- c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0109925

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                               | La marca registrada                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

*“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.*

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados resultan similarmente confundibles. En efecto, al analizar en conjunto las denominaciones **“MOCCA HAIR COLORIMETRY”** (signo solicitado) y **“MOCA”** (marca registrada), se advierte la existencia de similitudes relevantes desde los puntos de vista ortográfico y fonético.

Desde el punto de vista ortográfico, se evidencia que el signo solicitado incorpora de manera inicial el elemento denominativo “MOCCA”, el cual presenta una evidente semejanza con la expresión “MOCA” que conforma la marca registrada, diferenciándose únicamente por la duplicidad de la consonante “C” en el signo solicitado, variación mínima que no resulta suficiente para generar una diferenciación clara en la percepción del consumidor.

Si bien el signo solicitado incorpora las expresiones adicionales “HAIR COLORIMETRY”, dichas adiciones no desvirtúan la semejanza existente, toda vez que tales elementos poseen un carácter secundario y evocativo respecto de los servicios relacionados con coloración capilar.

En el aspecto fonético, las denominaciones “MOCCA” y “MOCA” presentan una pronunciación altamente semejante, debido a que conservan una estructura sonora y una acentuación prácticamente idénticas. En efecto, la duplicidad de la consonante “C” en el signo solicitado carece de incidencia relevante en su pronunciación, razón por la cual ambos signos generan una impresión auditiva similar y fácilmente asociable.

En consecuencia, las similitudes advertidas resultan suficientes para generar un riesgo de confusión en el mercado respecto del origen empresarial de los productos y servicios que identifican, en la medida en que el consumidor podría considerar que el signo solicitado constituye una variación o extensión de la marca registrada, cuando en realidad corresponde a titulares distintos.



Ref. Expediente N° SD2025/0109925

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**Clase 44:** Servicios de coloración del cabello; servicios de decoloración del cabello; servicios de teñido del cabello; lavado del cabello; peinado del cabello; servicios de alisado del cabello; servicios de color del cabello; servicios de corte de cabello; servicios de corte del cabello; servicios de lavado del cabello; servicios de ondulado del cabello; servicios de peinado del cabello; servicios de rizado del cabello; servicios de tintado del cabello; servicios de tinte de cabello; servicios de tinte del cabello; servicios para alisar el cabello; servicios para el cuidado del cabello; servicios para rizar el cabello; tintado del cabello; tratamientos cosméticos para el cabello; peluquerías; peluquerías para caballeros; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; salones de peluquería; servicios de cuidados de belleza y peluquería; servicios de peluquería; servicios de peluquería femenina; servicios de peluquería masculina; servicios de peluquerías; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de salones de peluquería; servicios de salones de peluquería de caballero; servicios de salones de peluquería de señora; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; asesoramiento en cuidados capilares; servicios de asesoramiento en cuidados capilares; servicios de cuidado capilares; servicios de cuidados capilares; servicios de tratamientos capilares; servicios de tratamientos cosméticos corporales, faciales y capilares; tratamientos capilares; depilación con cera; servicios de aplicación de cera al cuerpo para la depilación de personas; servicios de depilación; servicios de depilación a la cera para el cuerpo humano; servicios de depilación corporal con cera; servicios de depilación de cejas con hilo; servicios de depilación personal; servicios personales de depilación; tratamiento cosmético de la depilación mediante láser.

El signo previamente registrado identifica:

<sup>4</sup> A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

**a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios.** Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

**b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios.** Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0109925

**Expediente SD2020/0054675 clase 3:** Cosméticos y preparaciones cosméticas.

**Conexión competitiva entre los servicios de la clase 44 y los productos de la clase 3**

Conforme al criterio de razonabilidad, se considera que existe conexión competitiva cuando el consumidor, atendiendo a la realidad del mercado, podría asumir de manera razonable que los servicios y productos en cuestión provienen del mismo origen empresarial. Dicho supuesto se configura en el presente caso, toda vez que el consumidor podría establecer una relación directa entre los servicios que pretende amparar el signo solicitado, relacionados en términos generales con *“servicios de peluquería, coloración capilar, tratamientos cosméticos, servicios de belleza personal y servicios de tratamientos de salud y belleza, entre otros”*, y los productos protegidos por la marca registrada, consistentes en *“cosméticos y preparaciones cosméticas”*.

Lo anterior, en la medida en que los servicios reivindicados por el signo solicitado requieren habitualmente el uso y aplicación de productos cosméticos y preparaciones capilares para su adecuada prestación, razón por la cual resulta común en el mercado que empresas dedicadas a servicios de peluquería, estética y cuidado personal comercialicen simultáneamente productos cosméticos identificados con la misma marca, o viceversa.

Asimismo, dichos productos y servicios se inscriben dentro del mismo sector de la industria de la belleza, el cuidado personal y la estética, compartiendo una finalidad común orientada al embellecimiento y cuidado estético, circunstancia que favorece su concurrencia en los mismos establecimientos de comercio y canales de comercialización, tales como peluquerías, salones de belleza, centros estéticos y tiendas especializadas en productos cosméticos.

En consecuencia, el consumidor podría inferir razonablemente que los productos y servicios en cuestión provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un riesgo de confusión y/o asociación en el mercado, especialmente cuando se presentan bajo signos similares.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca MOCCA HAIR COLORIMETRY (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por MOCCA HAIR COLORIMETRY SAS, por las razones

<sup>5</sup> 44: Servicios de coloración del cabello; servicios de decoloración del cabello; servicios de teñido del cabello; lavado del cabello; peinado del cabello; servicios de alisado del cabello; servicios de color del cabello; servicios de corte de cabello; servicios de corte del cabello; servicios de lavado del cabello; servicios de ondulado del cabello; servicios de peinado del cabello; servicios de rizado del cabello; servicios de tintado del cabello; servicios de tinte de cabello; servicios de tinte del cabello; servicios para alisar el cabello;

Ref. Expediente N° SD2025/0109925

expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar de esta resolución a MOCCA HAIR COLORIMETRY SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

**ARTÍCULO TERCERO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 26 de mayo de 2026



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

---

servicios para el cuidado del cabello; servicios para rizar el cabello; tintado del cabello; tratamientos cosméticos para el cabello; peluquerías; peluquerías para caballeros; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; salones de peluquería; servicios de cuidados de belleza y peluquería; servicios de peluquería; servicios de peluquería femenina; servicios de peluquería masculina; servicios de peluquerías; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de salones de peluquería; servicios de salones de peluquería de caballero; servicios de salones de peluquería de señora; servicios de tratamientos de salud y de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; asesoramiento en cuidados capilares; servicios de asesoramiento en cuidados capilares; servicios de cuidado capilares; servicios de cuidados capilares; servicios de tratamientos capilares; servicios de tratamientos cosméticos corporales, faciales y capilares; tratamientos capilares; depilación con cera; servicios de aplicación de cera al cuerpo para la depilación de personas; servicios de depilación; servicios de depilación a la cera para el cuerpo humano; servicios de depilación corporal con cera; servicios de depilación de cejas con hilo; servicios de depilación personal; servicios personales de depilación; tratamiento cosmético de la depilación mediante láser.