



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 45336

Ref. Expediente N° SD2025/0111215

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 26 de octubre de 2025, HOLA MOR S.A.S., solicitó el registro de la Marca FEID (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 25, 35 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

¹ **25:** Prendas de vestir*; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería de lana merina fina; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas de vestir para caballero, señora y niños; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para la intemperie; prendas de vestir para motociclistas; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para seres humanos; prendas superiores de caballero; prendas superiores para adultos; capuchas [ropa]; ropa*; ropa autenticada por tokens no fungibles [nft]; ropa autenticada por tokens no fungibles [tnf]; ropa autenticada por tokens no fungibles [nft]; ropa de algodón; ropa de baile; ropa de confección; ropa de exterior; ropa de exterior para chicos; ropa de exterior para niños; ropa de hombre; ropa de niña; ropa de ocio; ropa exterior; ropa informal.

35: Servicios de tiendas minoristas de prendas de vestir; servicios de venta de tienda al por menor en línea en relación con prendas de vestir; servicios de venta de tienda al por menor en línea que incluyen prendas de vestir; servicios de venta de tienda minorista en línea en relación con prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de productos cosméticos y de belleza, así como de prendas de vestir y complementos; servicios de venta minorista en línea de publicaciones impresas y prendas de vestir; servicios de venta minorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta minorista o mayorista de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correo de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correspondencia de prendas de vestir y accesorios; servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de prendas de vestir; servicios de venta minorista y mayorista de prendas de vestir, zapatos, calzado, artículos de sombrerería y accesorios de moda; servicios de venta minorista en línea de ropa virtual descargable; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento social; merchandising; merchandising [comercialización]; merchandising de productos; servicios de merchandising; servicios de merchandising [comercialización]; servicios de merchandising de productos; desarrollo de estrategias y conceptos de marketing; marketing; servicios de marketing; servicios de marketing, de promoción y de publicidad para artistas intérpretes; producción de publicidad de radio y televisión; producción de publicidad para radio, televisión y cine; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; servicios de agencias de publicidad; servicios de creación de marcas (publicidad y promoción); servicios de creación de marcas [publicidad y promoción]; marketing de influencer; marketing de influenciadores; promoción de servicios por influenciadores; servicios de marketing de influencer; servicios de marketing de influenciadores; servicios de tiendas minoristas de archivos de música descargables; servicios de tiendas minoristas en línea de archivos de música descargables; servicios de venta mayorista de archivos de música descargables; servicios de venta minorista de archivos de música descargables.

41: Consultoría sobre entretenimiento; dirección de eventos de entretenimiento; entretenimiento; entretenimiento en directo; entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo; entretenimiento en línea; entretenimiento en podcast; entretenimiento interactivo; entretenimiento interactivo en línea; entretenimiento televisivo y radiofónico; facilitación de entretenimiento musical en vivo; facilitación de eventos de entretenimiento; información en el ámbito del entretenimiento; información sobre actividades de entretenimiento; información sobre entretenimiento; organización de competencias [educación o entretenimiento]; organización de entretenimiento musical; organización de entretenimiento visual y musical; organización de entretenimientos visuales y musicales; organización de espectáculos con fines de entretenimiento; organización de espectáculos de entretenimiento; organización de eventos de entretenimiento; organización de exhibiciones con fines de entretenimiento; organización de exhibiciones para fines de entretenimiento; organización de exposiciones con fines de entretenimiento; organización de fiestas con fines de entretenimiento; organización y realización de actividades de entretenimiento; planificación y conducción de fiestas [entretenimiento]; planificación y dirección de fiestas [entretenimiento]; planificación y realización de fiestas [entretenimiento]; producción de entretenimiento de audio; producción de espectáculos de entretenimiento con cantantes; producción de espectáculos de entretenimiento que incluyen a cantantes; producción de programas de audio de entretenimiento; realización y organización de espectáculos de entretenimiento; representación de espectáculos de entretenimiento en vivo; reserva de entradas para eventos de entretenimiento; servicios de entretenimiento; servicios de entretenimiento a cargo de grupos musicales; servicios de entretenimiento, a saber, actuaciones en audio y vídeo, y espectáculos musicales, de variedades, de noticias y humorísticos en directo; servicios de entretenimiento de clubes; servicios de entretenimiento en directo; servicios de entretenimiento en forma de actuaciones audios en directo de cantantes; servicios de entretenimiento en forma de actuaciones vocales en directo de cantantes; servicios de entretenimiento en forma de interpretación de conciertos; servicios de entretenimiento en línea; servicios de entretenimiento en línea (online); servicios de entretenimiento interactivo; servicios de entretenimiento interactivo en línea; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento musical en vivo; servicios de información sobre entretenimiento; servicios de información sobre entretenimiento prestados por televisión, redes de banda ancha, redes inalámbricas y en línea; servicios educativos, de entretenimiento y deporte; suministro de entretenimiento; suministro de entretenimiento de audios y vídeos no descargables; suministro de entretenimiento musical en vivo; suministro de eventos de entretenimiento; suministro de información en el ámbito del entretenimiento; suministro de información en línea sobre entretenimiento; suministro de instalaciones de entretenimiento; conciertos de música; educación sobre música y entretenimiento; espectáculos de música en directo; facilitación de entretenimiento en forma de podcasts de vídeo en el ámbito de la música; organización de conciertos de música con fines benéficos; organización de conciertos de música con fines caritativos; organización de conciertos de música con fines de beneficencia; organización de conciertos de música reggaeton; organización de conciertos de música reggaeton; organización de conciertos de música reguetón; organización, producción, presentación y gestión de conciertos de música, festivales, giras y otras actuaciones, eventos y actividades musicales y culturales; presentación de conciertos de música; producción de grabaciones de sonido y música; publicación de música; servicios de conciertos de música; servicios de entretenimiento, a saber,



Ref. Expediente N° SD2025/0111215

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1088, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de 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.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

música grabada; servicios de entretenimiento prestados por grupos vocales de música; servicios de estudios de grabación de música; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de vídeos no descargables sobre música.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).

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

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de

Ref. Expediente N° SD2025/0111215

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	FEID ASI COMO SUENA	CARLOS ALEJANDRO PATIÑO GÓMEZ	15207151	10	25, 41	Marca	Registrada	23 dic. 2035

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
FEID	

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella,

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° SD2025/0111215

resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados FEID y FEID ASI COMO SUENA son similarmente confundibles.

En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográficamente similares, toda vez que la marca solicitada integra el elemento preponderante del antecedente traído a colación, referente al vocablo “FEID” compartiendo las siguientes consonantes y vocales, a saber: “F-E-I-D” bajo el mismo orden y disposición. Hecho que permite predicar entre los signos la existe de similitud desde el campo fonético, toda vez que la dicción de la partícula “FEID” es idéntica es ambas.

Finalmente, la marca solicitada no integra vocablos ni arte adicional que permita superar el riesgo de confusión existente de allí a que no sea posible su coexistencia pacífica con la marca previamente registrada.

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 servicios⁴.

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0111215

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 25: Prendas de vestir*; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería de lana merina fina; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas de vestir para caballero, señora y niños; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para la intemperie; prendas de vestir para motociclistas; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para seres humanos; prendas superiores de caballero; prendas superiores para adultos; capuchas [ropa]; ropa*; ropa autenticada por tókenes no fungibles [nft]; ropa autenticada por tókenes no fungibles [tnf]; ropa autenticada por tókenes no fungibles [nft]; ropa de algodón; ropa de baile; ropa de confección; ropa de exterior; ropa de exterior para chicos; ropa de exterior para niños; ropa de hombre; ropa de niña; ropa de ocio; ropa exterior; ropa informal.

Clase 35: Servicios de tiendas minoristas de prendas de vestir; servicios de venta de tienda al por menor en línea en relación con prendas de vestir; servicios de venta de tienda al por menor en línea que incluyen prendas de vestir; servicios de venta de tienda minorista en línea en relación con prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de productos cosméticos y de belleza, así como de prendas de vestir y complementos; servicios de venta minorista en línea de publicaciones impresas y prendas de vestir; servicios de venta minorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta minorista o mayorista de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correo de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correspondencia de prendas de vestir y accesorios; servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de prendas de vestir; servicios de venta minorista y mayorista de prendas de vestir, zapatos, calzado, artículos de sombrerería y accesorios de moda; servicios de venta minorista en línea de ropa virtual descargable; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento social; merchandising; merchandising [comercialización]; merchandising de productos; servicios de merchandising; servicios de merchandising [comercialización]; servicios de merchandising de productos; desarrollo de estrategias y conceptos de marketing; marketing; servicios de marketing; servicios de marketing, de promoción y de publicidad para artistas intérpretes; producción de publicidad de radio y televisión; producción de publicidad para radio, televisión y cine; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; servicios de agencias de publicidad; servicios de creación de marcas (publicidad y promoción); servicios de creación de marcas [publicidad y promoción]; marketing de influencer; marketing de influenciadores; promoción de servicios por influenciadores; servicios de marketing de influencer; servicios de marketing de influenciadores; servicios de tiendas minoristas de archivos de música descargables; servicios de tiendas minoristas en línea de archivos de música descargables; servicios de venta mayorista de archivos de música descargables; servicios de venta minorista de archivos de música descargables.

Clase 41: Consultoría sobre entretenimiento; dirección de eventos de entretenimiento; entretenimiento; entretenimiento en directo; entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo; entretenimiento en línea; entretenimiento en pódcast; entretenimiento interactivo; entretenimiento interactivo en línea; entretenimiento televisivo y radiofónico; facilitación de entretenimiento musical en vivo; facilitación de eventos de entretenimiento; información en el ámbito del entretenimiento; información sobre actividades de entretenimiento; información sobre entretenimiento; organización de competiciones

Ref. Expediente N° SD2025/0111215

[educación o entretenimiento]; organización de entretenimiento musical; organización de entretenimiento visual y musical; organización de entretenimientos visuales y musicales; organización de espectáculos con fines de entretenimiento; organización de espectáculos de entretenimiento; organización de eventos de entretenimiento; organización de exhibiciones con fines de entretenimiento; organización de exhibiciones para fines de entretenimiento; organización de exposiciones con fines de entretenimiento; organización de fiestas con fines de entretenimiento; organización y realización de actividades de entretenimiento; planificación y conducción de fiestas [entretenimiento]; planificación y dirección de fiestas [entretenimiento]; planificación y realización de fiestas [entretenimiento]; producción de entretenimiento de audio; producción de espectáculos de entretenimiento con cantantes; producción de espectáculos de entretenimiento que incluyen a cantantes; producción de programas de audio de entretenimiento; realización y organización de espectáculos de entretenimiento; representación de espectáculos de entretenimiento en vivo; reserva de entradas para eventos de entretenimiento; servicios de entretenimiento; servicios de entretenimiento a cargo de grupos musicales; servicios de entretenimiento, a saber, actuaciones en audio y vídeo, y espectáculos musicales, de variedades, de noticias y humorísticos en directo; servicios de entretenimiento de clubes; servicios de entretenimiento en directo; servicios de entretenimiento en forma de actuaciones audios en directo de cantantes; servicios de entretenimiento en forma de actuaciones vocales en directo de cantantes; servicios de entretenimiento en forma de interpretación de conciertos; servicios de entretenimiento en línea; servicios de entretenimiento en línea (online); servicios de entretenimiento interactivo; servicios de entretenimiento interactivo en línea; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento musical en vivo; servicios de información sobre entretenimiento; servicios de información sobre entretenimiento prestados por televisión, redes de banda ancha, redes inalámbricas y en línea; servicios educativos, de entretenimiento y deporte; suministro de entretenimiento; suministro de entretenimiento de audios y vídeos no descargables; suministro de entretenimiento musical en vivo; suministro de eventos de entretenimiento; suministro de información en el ámbito del entretenimiento; suministro de información en línea sobre entretenimiento; suministro de instalaciones de entretenimiento; conciertos de música; educación sobre música y entretenimiento; espectáculos de música en directo; facilitación de entretenimiento en forma de podcasts de vídeo en el ámbito de la música; organización de conciertos de música con fines benéficos; organización de conciertos de música con fines caritativos; organización de conciertos de música con fines de beneficencia; organización de conciertos de música reggaeton; organización de conciertos de música reggaetón; organización de conciertos de música reguetón; organización, producción, presentación y gestión de conciertos de música, festivales, giras y otras actuaciones, eventos y actividades musicales y culturales; presentación de conciertos de música; producción de grabaciones de sonido y música; publicación de música; servicios de conciertos de música; servicios de entretenimiento, a saber, música grabada; servicios de entretenimiento prestados por grupos vocales de música; servicios de estudios de grabación de música; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de vídeos no descargables sobre música.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente Producto y servicios

15207151 Clase 25: gorras, chaquetas, camisetas, pantalones, blusas, vestidos.

Clase 41: composición, producción, interpretación, grabación, difusión, conciertos, servicios de entretenimiento en la naturaleza de presentaciones en vivo.

Ref. Expediente N° SD2025/0111215

Conexidad entre los productos de la clase 25 internacional (Criterio de Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe conexión competitiva por razonabilidad, en la medida en que ambos identifican productos relacionados con la vestimenta, los cuales satisfacen las mismas necesidades de los consumidores relacionadas con su presentación personal, así mismo, es habitual que compartan iguales canales de comercialización bajo precios y ofertas similares, por ende, es dado pensar que las marcas objeto de cotejo marcario pueden llegar a generar riesgo de confusión y/o asociación en los consumidores quienes de manera razonable les pueden endilgan un mismo origen empresarial.

Conexidad entre los productos de la clase 25 internacional y los servicios de la clase 35 internacional (Criterio de Razonabilidad)

Sumado a lo anterior, para esta Dirección existe conexión competitiva bajo el principio antes mencionado entre las clases en comento, en la medida en que la mente del consumidor puede asociar un mismo origen empresarial entre los productos contenidos en la clase 25 internacional referentes a prendas de vestir y los servicios pertenecientes a la clase 35 internacional, los cuales se relacionan con la comercialización de los productos de la clase 25 internacional.

Es importante tener en cuenta que los canales por medio de los cuales se ponen al alcance del público bienes destinados a mejorar la apariencia de los consumidores, pertenecientes a la clase 25 internacional, se encuentran protegidos mediante la clase 35 internacional en comento, por ende, es razonable que el consumidor al observar la concordancia entre la similitud de los signos y la destinación que tiene estos en el mercado, los puedan relacionar con el portafolio de un mismo empresario, lo que generaría riesgo de confusión y/o asociación entre productos y servicios con orígenes empresariales disímiles.

Conexidad entre los servicios de la clase 41 internacional y los servicios de la clase 41 internacional (Criterio de Razonabilidad)

En atención a los criterios de conexidad, esta Dirección encuentra que los signos enfrentados contemplan servicios correspondientes a la clase 41 internacional de Niza, servicios que el consumidor promedio fácilmente puede asociar y considerar razonablemente que pertenecen a un mismo portafolio de negocios teniendo en cuenta que se trata de los mismos servicios de entretenimiento y esparcimiento dentro del sector musical.

Lo anterior, al considerar las tendencias actuales del mercado, donde es cada vez más frecuente que el empresario que se desempeña en una actividad específica como lo es los servicios de composición, producción, interpretación, grabación, difusión, conciertos, servicios de entretenimiento en la naturaleza de presentaciones en vivo protegidos por el signo antecedente en clase 41, también ofrezca dentro de su portafolio la prestación de servicios conexos como lo pretendidos por el signo solicitado, dentro de los cuales se encuentran entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo, conciertos musicales, entre otros, cuando en realidad provienen de distintos empresarios.

Sumado a lo anterior, es de público conocimiento que los servicios antes mencionados se ponen al alcance del consumidor mediante los mismos canales publicitarios y de comercialización, hechos que generan mayor riesgo de conexidad, causando en el consumidor una falsa expectativa, pues es posible que este asuma de manera equívoca que cuentan con un único origen empresarial

Ref. Expediente N° SD2025/0111215

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 FEID (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por HOLA MOR S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca FEID (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por HOLA MOR S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca FEID (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada

⁵ **25:** Prendas de vestir*; prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería de lana merina fina; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas de vestir para caballero, señora y niños; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para la intemperie; prendas de vestir para motociclistas; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para seres humanos; prendas superiores de caballero; prendas superiores para adultos; capuchas [ropa]; ropa*; ropa autenticada por tokens no fungibles [nft]; ropa autenticada por tokens no fungibles [tnf]; ropa autenticada por tokens no fungibles [nft]; ropa de algodón; ropa de baile; ropa de confección; ropa de exterior; ropa de exterior para chicos; ropa de exterior para niños; ropa de hombre; ropa de niña; ropa de ocio; ropa exterior; ropa informal.

⁶ **35:** Servicios de tiendas minoristas de prendas de vestir; servicios de venta de tienda al por menor en línea en relación con prendas de vestir; servicios de venta de tienda al por menor en línea que incluyen prendas de vestir; servicios de venta de tienda minorista en línea en relación con prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de productos cosméticos y de belleza, así como de prendas de vestir y complementos; servicios de venta minorista en línea de publicaciones impresas y prendas de vestir; servicios de venta minorista en relación con prendas de vestir; servicios de venta minorista o mayorista de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correo de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correspondencia de prendas de vestir y accesorios; servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de prendas de vestir; servicios de venta minorista y mayorista de prendas de vestir, zapatos, calzado, artículos de sombrerería y accesorios de moda; servicios de venta minorista en línea de ropa virtual descargable; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento; patrocinio promocional de eventos de entretenimiento social; merchandising [comercialización]; merchandising de productos; servicios de merchandising; servicios de merchandising [comercialización]; servicios de merchandising de productos; desarrollo de estrategias y conceptos de marketing; marketing; servicios de marketing; servicios de marketing, de promoción y de publicidad para artistas intérpretes; producción de publicidad de radio y televisión; producción de publicidad para radio, televisión y cine; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; servicios de agencias de publicidad; servicios de creación de marcas (publicidad y promoción); servicios de creación de marcas [publicidad y promoción]; marketing de influencer; marketing de influenciadores; promoción de servicios por influenciadores; servicios de marketing de influencer; servicios de marketing de influenciadores; servicios de tiendas minoristas de archivos de música descargables; servicios de tiendas minoristas en línea de archivos de música descargables; servicios de venta mayorista de archivos de música descargables; servicios de venta minorista de archivos de música descargables.

⁷ **41:** Consultoría sobre entretenimiento; dirección de eventos de entretenimiento; entretenimiento; entretenimiento en directo; entretenimiento en forma de espectáculos musicales en vivo; entretenimiento en línea; entretenimiento en pódcast; entretenimiento interactivo; entretenimiento interactivo en línea; entretenimiento televisivo y radiofónico; facilitación de entretenimiento musical en vivo; facilitación de eventos de entretenimiento; información en el ámbito del entretenimiento; información sobre actividades de entretenimiento; información sobre entretenimiento; organización de competiciones [educación o entretenimiento]; organización de entretenimiento musical; organización de entretenimiento visual y musical; organización de entretenimientos visuales y musicales; organización de espectáculos con fines de entretenimiento; organización de espectáculos de entretenimiento; organización de eventos de entretenimiento; organización de exhibiciones con fines de entretenimiento; organización de exhibiciones para fines de entretenimiento; organización de exposiciones con fines de entretenimiento; organización de fiestas con fines de entretenimiento; organización y realización de actividades de entretenimiento; planificación y conducción de fiestas [entretenimiento]; planificación y dirección de fiestas [entretenimiento]; planificación y realización de fiestas [entretenimiento]; producción de entretenimiento de audio; producción de espectáculos de entretenimiento con cantantes; producción de espectáculos de entretenimiento que incluyen a cantantes; producción de programas de audio de entretenimiento; realización y organización de espectáculos de entretenimiento; representación de espectáculos de entretenimiento en vivo; reserva de entradas para eventos de entretenimiento; servicios de entretenimiento; servicios de entretenimiento a cargo de grupos musicales; servicios de entretenimiento, a saber, actuaciones en audio y vídeo, y espectáculos musicales, de variedades, de noticias y humorísticos en directo; servicios de entretenimiento de clubes; servicios de entretenimiento en directo; servicios de entretenimiento en forma de actuaciones audios en directo de cantantes; servicios de entretenimiento en forma de actuaciones vocales en directo de cantantes; servicios de entretenimiento en forma de interpretación de conciertos; servicios de entretenimiento en línea; servicios de entretenimiento en línea (online); servicios de entretenimiento interactivo; servicios de entretenimiento interactivo en línea; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento musical

Ref. Expediente N° SD2025/0111215

por HOLA MOR S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a HOLA MOR S.A.S., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 17 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

en vivo; servicios de información sobre entretenimiento; servicios de información sobre entretenimiento prestados por televisión, redes de banda ancha, redes inalámbricas y en línea; servicios educativos, de entretenimiento y deporte; suministro de entretenimiento; suministro de entretenimiento de audios y videos no descargables; suministro de entretenimiento musical en vivo; suministro de eventos de entretenimiento; suministro de información en el ámbito del entretenimiento; suministro de información en línea sobre entretenimiento; suministro de instalaciones de entretenimiento; conciertos de música; educación sobre música y entretenimiento; espectáculos de música en directo; facilitación de entretenimiento en forma de podcasts de video en el ámbito de la música; organización de conciertos de música con fines benéficos; organización de conciertos de música con fines caritativos; organización de conciertos de música con fines de beneficencia; organización de conciertos de música reggaeton; organización de conciertos de música reggaetón; organización de conciertos de música reguetón; organización, producción, presentación y gestión de conciertos de música, festivales, giras y otras actuaciones, eventos y actividades musicales y culturales; presentación de conciertos de música; producción de grabaciones de sonido y música; publicación de música; servicios de conciertos de música; servicios de entretenimiento, a saber, música grabada; servicios de entretenimiento prestados por grupos vocales de música; servicios de estudios de grabación de música; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de videos no descargables sobre música.