

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 45586

Ref. Expediente N° SD2025/0096317

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 25 de septiembre de 2025, ANA CRISTINA CHAVEZ ZAMBRANO, solicitó el registro de la Marca nuhua (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1095, 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 irreregistrabilidad 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 irreregistrabilidad 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:

¹ 3: Cosméticos naturales; cosméticos no medicinales; productos cosméticos no medicinales; limpiadores cosméticos faciales; limpiadores faciales [cosméticos]; mascarillas faciales [productos cosméticos]; preparaciones faciales [cosméticos]; productos cosméticos para la piel; productos cosméticos y de belleza; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; cosméticos; cosméticos y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas de limpieza [cosméticos]; cremas de noche [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas limpiadoras [cosméticos]; cremas para la cara [cosméticos]; exfoliantes cosméticos corporales; geles cosméticos; geles hidratantes [cosméticos]; hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la cara [cosméticos]; jabones cosméticos; lociones faciales [cosméticos]; lociones hidratantes [cosméticos]; aceites hidratantes intensivos; barras de labios hidratantes; cremas hidratantes; cremas hidratantes para la cara; geles hidratantes; hidratantes; hidratantes faciales; leches hidratantes; lociones hidratantes; productos hidratantes antienvjecimiento; serum para calmar la piel [cosmético]; serum para el contorno de ojos; sueros antiedad multiactivos; sueros de belleza; sueros faciales; cremas para la piel; cremas para los ojos; cremas regeneradoras; cremas reparadoras para contornos de ojos; cremas reparadoras para la piel [cosméticos]; cremas revitalizantes para la piel; cremas y lociones cosméticas; mascarillas antiedad; mascarillas antienvjecimiento; mascarillas cosméticas; mascarillas faciales; mascarillas faciales limpiadoras; mascarillas hidratantes para la piel; mascarillas para el cutis; mascarillas para la cara; mascarillas para pieles grasas; jabones*; jabones faciales; jabones no medicados para la cara; jabones y geles; aceites desmaquillantes; aceites esenciales para uso cosmético; aceites faciales; aceites limpiadores; agua micelar; agua micelar con efecto calmante; agua micelar de limpieza; cremas protectoras con agua micelar limpiadora; bálsamos labiales; bálsamos labiales no medicinales; champús para el cabello y el cuerpo; cremas exfoliantes; cremas exfoliantes para la cara y el cuerpo; exfoliantes para la cara; exfoliantes para uso cosmético; lociones exfoliantes faciales.

Ref. Expediente N° SD2025/0096317

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.

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 marcas previamente registradas

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	NUHA	NATURALISIMOS NUÑEZ SAS	SD2025/0083470	12	3, 5, 35	Marca	Bajo Examen de Fondo	

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 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° SD2025/0096317

							Fecha de presentación: 20 ago. 2025 En examen de fondo	
Mixta	NUA	ALICORP S.A.A.	05099335	8	3	Marca	Registrada	28/07/2026

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registrada y previamente solicitada
	

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

Desde el punto de vista ortográfico, los signos NUHUA y NUHA presentan una elevada similitud visual, toda vez que comparten la secuencia de letras N-U-H-A, diferenciándose únicamente por la incorporación de la vocal “U” en posición intermedia dentro del signo solicitado. Esta variación resulta insuficiente para generar una impresión distintiva autónoma, ya que el consumidor medio tiende a percibir los signos de manera global y no mediante un análisis detallado de cada uno de sus elementos.

En el plano fonético, las expresiones NUHUA y NUHA conservan una pronunciación altamente semejante, al compartir el mismo inicio “NUH-” y una terminación basada en el sonido vocálico abierto “A”. La inclusión de una vocal adicional en el signo solicitado no modifica sustancialmente la sonoridad predominante ni elimina el riesgo de que los consumidores perciban ambos signos como variantes de una misma marca o de una misma familia marcaría.

Entre los signos NUHUA y NUA coinciden plenamente en las letras iniciales “NU” y conservan la terminación en la vocal “A”, siendo la secuencia “HU” el único elemento adicional presente en el signo solicitado. No obstante, dicha adición no resulta suficientemente distintiva para neutralizar la impresión de conjunto derivada de la



Ref. Expediente N° SD2025/0096317

coincidencia en los elementos iniciales y finales, que son precisamente aquellos que suelen captar la atención del consumidor.

Fonéticamente, ambos signos presentan una estructura sonora corta y simple, caracterizada por la repetición de los sonidos “NU” y “A”. La expresión NUHUA puede ser percibida por el consumidor como una extensión o derivación de NUA, especialmente considerando que la sílaba adicional no altera de manera sustancial el ritmo ni la percepción auditiva global de los signos.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Cosméticos naturales; cosméticos no medicinales; productos cosméticos no medicinales; limpiadores cosméticos faciales; limpiadores faciales [cosméticos]; mascarillas faciales [productos cosméticos]; preparaciones faciales [cosméticos]; productos cosméticos para la piel; productos cosméticos y de belleza; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; cosméticos; cosméticos y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas de limpieza [cosméticos]; cremas de noche [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas limpiadoras [cosméticos]; cremas para la cara [cosméticos]; exfoliantes cosméticos corporales; geles cosméticos; geles hidratantes [cosméticos]; hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la cara [cosméticos]; jabones cosméticos; lociones faciales [cosméticos]; lociones hidratantes [cosméticos]; aceites hidratantes intensivos; barras de labios hidratantes; cremas hidratantes; cremas hidratantes para la cara; geles hidratantes; hidratantes; hidratantes faciales; leches hidratantes; lociones hidratantes; productos hidratantes antienvjecimiento; serum para calmar la piel [cosmético]; serum para el contorno de ojos; sueros antiedad multiactivos; sueros de belleza; sueros faciales; cremas para la piel; cremas para los ojos; cremas regeneradoras; cremas reparadoras para contornos de ojos; cremas reparadoras para la piel [cosméticos]; cremas revitalizantes para la piel; cremas y lociones cosméticas;

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° SD2025/0096317

maskarillas antiedad; maskarillas antienviejecimiento; maskarillas cosméticas; maskarillas faciales; maskarillas faciales limpiadoras; maskarillas hidratantes para la piel; maskarillas para el cutis; maskarillas para la cara; maskarillas para pieles grasas; jabones*; jabones faciales; jabones no medicados para la cara; jabones y geles; aceites desmaquillantes; aceites esenciales para uso cosmético; aceites faciales; aceites limpiadores; agua micelar; agua micelar con efecto calmante; agua micelar de limpieza; cremas protectoras con agua micelar limpiadora; bálsamos labiales; bálsamos labiales no medicinales; champús para el cabello y el cuerpo; cremas exfoliantes; cremas exfoliantes para la cara y el cuerpo; exfoliantes para la cara; exfoliantes para uso cosmético; lociones exfoliantes faciales.

Los signos previamente registrado y solicitado identifican:

Expediente

Producto y servicios

SD2025/0083470 (3): Aceites destilados para el cuidado de belleza; cosméticos de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza; cosméticos para tratamiento de belleza cosméticos para el cuidado de belleza; cremas bálsamos de belleza; cremas de belleza; cremas de belleza para el cuerpo; cremas de belleza para el rostro y el cuerpo; geles de belleza; leches de belleza; lociones de belleza; maskarillas de belleza; maskarillas de belleza para el cabello; maskarillas de belleza para el contorno de los ojos; maskarillas de belleza para las manos; maskarillas faciales de belleza; preparaciones de belleza no medicinales; preparaciones de belleza para el cabello; preparaciones de cuidado corporal y de belleza para uso cosmético; preparaciones de limpieza corporal y para el cuidado de belleza; preparaciones para cuidados corporales y de belleza; preparaciones para el cuidado de la belleza; preparaciones para el cuidado del cuerpo y la belleza; preparaciones para el cuidado y la belleza personal; preparaciones para la limpieza del cuerpo y el cuidado de la belleza; preparados de belleza no medicinales; preparados de belleza para el cabello; productos cosméticos y de belleza; productos de belleza para el cabello; sueros de belleza; aceite de almendras para uso cosmético; aceite de árbol de té; aceite de coco para uso cosmético; aceite de jazmín; aceite de lavanda; aceite de lavanda para uso cosmético; aceite de masaje, no medicinal; aceite de ricino para uso cosmético; aceite de rosas; aceite de rosas para uso cosmético; aceite esencial de árbol de té en forma de roll-on; aceite esencial de citronela de aromaterapia; aceite esencial de coco; aceite esencial de eucalipto de aromaterapia; aceite esencial de eucalipto en forma de bola; aceite esencial de eucalipto en forma de roll-on; aceite esencial de hierba limón de aromaterapia; aceite esencial de hierbabuena en forma de bola; aceite esencial de hierbabuena en forma de roll-on; aceite esencial de lavanda de aromaterapia; aceite esencial de lavanda en forma de bola; aceite esencial de lavanda en forma de roll-on; aceite esencial de limoncillo de aromaterapia; aceite esencial de menta en forma de bola; aceite esencial de menta en forma de roll-on; aceite esencial de neem; aceite esencial de romero de aromaterapia; aceite esencial de yerbabuena en forma de bola; aceite esencial de yerbabuena en forma de roll-on; aceite esencial del árbol del té en forma de bola; aceite para cutículas; esencia de árbol de té [aceite esencial]; esencia de cáñamo [aceite esencial]; esencia de citronela [aceite esencial]; esencia de copaiba [aceite esencial]; esencia de

Ref. Expediente N° SD2025/0096317

eucalipto [aceite esencial]; esencia de gaulteria [aceite esencial]; esencia de helicriso [aceite esencial]; esencia de hierba limón [aceite esencial]; esencia de hierbabuena [aceite esencial]; esencia de lavanda [aceite esencial]; esencia de limoncillo [aceite esencial]; esencia de menta [aceite esencial]; esencia de neroli [aceite esencial]; esencia de niaouli [aceite esencial]; esencia de petitgrain [aceite esencial]; esencia de romero [aceite esencial].

(5): Bebidas nutricionales enriquecidas con vitaminas para uso dietético; complementos alimenticios de vitaminas y minerales; complementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; complementos dietéticos de vitaminas; complementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales; complementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; comprimidos de vitaminas; multivitaminas; pastillas de vitaminas; preparaciones de vitaminas para el consumo humano; preparaciones de vitaminas para la alimentación humana; preparaciones de vitaminas y minerales; preparados de mezclas de vitaminas; suplementos de vitaminas para productos alimenticios de consumo humano; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales; suplementos nutricionales que contienen vitaminas y minerales para uso médico; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos; sustancias dietéticas de vitaminas, minerales, aminoácidos y oligoelementos, ya sean por separado o combinadas; vitaminas; vitaminas de consistencia gelatinosa; vitaminas de consistencia gomosa; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto complementos nutricionales y dietéticos; vitaminas, minerales y antioxidantes en cuanto suplementos nutricionales y dietéticos; vitaminas para adultos; vitaminas para embarazadas; vitaminas para niños; vitaminas prenatales; suplementos alimenticios antioxidantes; suplementos alimenticios compuestos de aminoácidos; suplementos alimenticios con efecto cosmético; suplementos alimenticios con efectos cosméticos; suplementos alimenticios de coenzima q10; suplementos alimenticios de levadura de cerveza; suplementos alimenticios de luteína; suplementos alimenticios de mezclas de bebidas que contienen proteínas de suero de leche; suplementos alimenticios de proteína de suero de leche; suplementos alimenticios de proteínas; suplementos alimenticios dietéticos; suplementos alimenticios dietéticos a base de extractos de hierbas deshidratadas en cápsulas; suplementos alimenticios dietéticos en forma de cápsulas para uso médico; suplementos alimenticios dietéticos en forma de cápsulas, que no sean para uso médico; suplementos alimenticios dietéticos en forma de gránulos; suplementos alimenticios dietéticos en forma de gránulos, que no sean para uso médico; suplementos alimenticios dietéticos en forma de polvo; suplementos alimenticios dietéticos en forma de polvo, que no sean para uso médico; suplementos alimenticios dietéticos en polvo; suplementos alimenticios dietéticos en polvo, que no sean para uso médico; suplementos alimenticios en polvo a base de cáñamo; suplementos alimenticios en polvo a base de proteínas; suplementos alimenticios en polvo a base de proteínas vegetales; suplementos alimenticios medicinales a base de colágeno; suplementos alimenticios medicinales para consumo humano; suplementos alimenticios minerales; suplementos alimenticios

Ref. Expediente N° SD2025/0096317

minerales para seres humanos; suplementos alimenticios para humanos; suplementos alimenticios para personas; suplementos alimenticios para personas o animales; suplementos alimenticios para seres humanos; suplementos alimenticios para uso dietético; suplementos alimenticios para uso terapéutico; suplementos alimenticios probióticos; suplementos alimenticios probióticos en cápsulas; suplementos alimenticios proteicos en polvo; suplementos alimenticios que contienen proteína de suero de leche para deportes de resistencia; suplementos alimenticios que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; suplementos alimenticios que contienen proteínas de suero de leche; suplementos alimenticios que no sean para uso médico; suplementos alimenticios terapéuticos que contienen ginseng; suplementos alimenticios terapéuticos que contienen ginseng rojo; suplementos alimenticios termogénicos; suplementos alimenticios y preparaciones dietéticas; suplementos de hierbas líquidos; suplementos de hierbas y dietéticos para facilitar la producción de leche en animales lactantes; suplementos de oligoelementos para productos alimenticios de consumo humano; suplementos de proteína de suero de leche; suplementos de proteína de suero de leche en forma de batidos; suplementos de proteínas para personas; suplementos de proteínas para seres humanos; suplementos dietéticos a base de aceite de algas con ácido docosahexaenoico; suplementos dietéticos a base de aceite de algas con dha; suplementos dietéticos a base de aminoácidos; suplementos dietéticos a base de calostro; suplementos dietéticos a base de coenzima q10; suplementos dietéticos a base de hierbas; suplementos dietéticos a base de levadura de cerveza; suplementos dietéticos a base de luteína; suplementos dietéticos a base de minerales; suplementos dietéticos a base de oligoelementos; suplementos dietéticos compuestos principalmente de calcio; suplementos dietéticos compuestos principalmente de hierro; suplementos dietéticos compuestos principalmente de magnesio; suplementos dietéticos con efecto cosmético; suplementos dietéticos de ácido fólico; suplementos dietéticos de albúmina; suplementos dietéticos de carbón activado; suplementos dietéticos de clorela; suplementos dietéticos de coenzima q10; suplementos dietéticos de levadura de cerveza; suplementos dietéticos de luteína; suplementos dietéticos de mezclas de bebidas que contienen proteína de suero de leche; suplementos dietéticos de proteína de suero de leche; suplementos dietéticos en forma de polvo; suplementos dietéticos en forma líquida; suplementos dietéticos en polvo a base de esporas de ganoderma lucidum; suplementos dietéticos líquidos; suplementos dietéticos para bebés; suplementos dietéticos para el control del peso corporal; suplementos dietéticos que contienen proteína de suero de leche para deportes de resistencia; suplementos dietéticos que contienen proteína de suero de leche para la pérdida de peso; suplementos dietéticos que contienen proteínas de suero de leche; suplementos dietéticos y nutricionales; suplementos homeopáticos; suplementos líquidos a base de hierbas; suplementos medicinales para productos alimenticios de consumo humano; suplementos minerales para alimentos; suplementos nutricionales; suplementos nutricionales a base de cáñamo; suplementos nutricionales a base de extractos fúngicos; suplementos nutricionales compuestos principalmente de calcio; suplementos nutricionales compuestos

Ref. Expediente N° SD2025/0096317

principalmente de hierro; suplementos nutricionales compuestos principalmente de magnesio; suplementos nutricionales compuestos principalmente de zinc; suplementos nutricionales en forma de barritas alimenticias; suplementos nutricionales en gel; suplementos nutricionales en gel con carbohidratos; suplementos nutricionales en polvo; suplementos nutricionales líquidos; suplementos nutricionales que consisten en extractos de setas; suplementos nutricionales que consisten principalmente en calcio; suplementos nutricionales que consisten principalmente en hierro; suplementos nutricionales que consisten principalmente en magnesio; suplementos nutricionales que consisten principalmente en zinc; suplementos nutricionales y alimenticios; suplementos nutricionales y dietéticos contra el envejecimiento del sistema inmunitario; suplementos nutricionales y dietéticos para el alivio del estrés; suplementos nutricionales y dietéticos para el fortalecimiento del sistema inmunitario; suplementos nutricionales y dietéticos para la desintoxicación; suplementos para el control de peso; suplementos probióticos; suplementos proteicos para seres humanos; suplementos vitamínicos; suplementos vitamínicos de micronutrientes; suplementos vitamínicos líquidos; suplementos vitamínicos para productos alimenticios de consumo humano; suplementos vitamínicos y minerales; suplementos y preparaciones dietéticas; suplementos y preparaciones nutricionales; complementos alimenticios en polvo a base de proteínas.

(35): Servicios de distribución comercial al por mayor que incluyen productos de belleza, cuidado personal y bienestar; servicios de distribución comercial mayorista que incluyen productos de belleza, cuidado personal y bienestar; servicios de venta al por mayor y al por menor que incluyen productos de belleza y cuidado personal; servicios de venta de tienda al por menor en línea de productos cosméticos y de belleza; servicios de venta de tienda al por menor en línea que incluyen productos cosméticos y de belleza; servicios de venta de tienda minorista en línea de productos cosméticos y de belleza; servicios de venta de tienda minorista en línea en relación con productos cosméticos y de belleza; servicios de venta de tienda minorista en línea que incluyen productos cosméticos y de belleza; servicios de venta mayorista mediante solicitud directa por distribuidores destinados a usuarios finales que incluyen productos de belleza y cuidado personal; servicios de venta mayorista y minorista que incluyen productos de belleza y cuidado personal; servicios de venta minorista en línea de productos cosméticos y de belleza; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones de limpieza corporal y cuidados de belleza, incluidos maquillaje, jabones y geles; servicios de tiendas mayoristas de suplementos dietéticos; servicios de tiendas mayoristas en línea de suplementos dietéticos; servicios de tiendas minoristas de suplementos dietéticos; servicios de tiendas minoristas en línea de suplementos dietéticos; servicios de venta mayorista de suplementos dietéticos; servicios de venta mayorista en relación con suplementos dietéticos; servicios de venta minorista de suplementos dietéticos; servicios de venta minorista en relación con suplementos dietéticos; servicios de venta minorista y mayorista de alimentos para bebés, suplementos alimenticios para personas o animales.

Ref. Expediente N° SD2025/0096317

05099335 (3): Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos.

Conexión competitiva con productos de la clase 3 (Identidad)

Los productos que pretende distinguir el signo solicitado corresponden esencialmente a cosméticos, productos para el cuidado de la piel, hidratantes, mascarillas faciales, limpiadores faciales, exfoliantes, jabones cosméticos, sueros de belleza, aceites cosméticos y preparaciones para el cuidado personal, todos comprendidos en la clase 3, y los productos consistentes en jabones, perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello y demás preparaciones de limpieza y cuidado personal, estos productos, tienen la misma finalidad de higiene, embellecimiento, hidratación, protección y cuidado corporal; se dirigen al mismo grupo de consumidores; se comercializan a través de idénticos canales de distribución, tales como farmacias, supermercados, tiendas especializadas de belleza, grandes superficies y plataformas de comercio electrónico; y son frecuentemente fabricados y distribuidos por las mismas empresas del sector cosmético.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 3 y los servicios de la clase 35 (Razonabilidad).

Los productos que pretende distinguir el signo solicitado corresponden a cosméticos, preparaciones para el cuidado de la piel, cremas, mascarillas, limpiadores faciales, sueros de belleza, aceites cosméticos y demás artículos de belleza y cuidado, y los servicios de la clase 35 que consisten en servicios de comercialización, venta, promoción, distribución, publicidad, importación, exportación y gestión comercial relacionados con productos de cosméticos, de belleza, aceites esenciales y artículos para el cuidado personal.

Existe una evidente relación de razonabilidad, pues los servicios de comercialización tienen precisamente por objeto poner a disposición del consumidor los productos cosméticos que identifica el signo solicitado. En efecto, los servicios de venta, distribución y promoción constituyen el canal natural mediante el cual dichos productos llegan al mercado, es habitual que las empresas dedicadas a la fabricación de cosméticos también desarrollen actividades de comercialización, distribución y promoción de sus propios productos bajo una misma marca, circunstancia que lleva al consumidor a asociar el origen empresarial de los productos con los servicios destinados a su venta y posicionamiento comercial.

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,

Ref. Expediente N° SD2025/0096317

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca nuhua (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por ANA CRISTINA CHAVEZ ZAMBRANO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a ANA CRISTINA CHAVEZ ZAMBRANO, 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 TERCERO: 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

⁵ 3: Cosméticos naturales; cosméticos no medicinales; productos cosméticos no medicinales; limpiadores cosméticos faciales; limpiadores faciales [cosméticos]; mascarillas faciales [productos cosméticos]; preparaciones faciales [cosméticos]; productos cosméticos para la piel; productos cosméticos y de belleza; productos para el cuidado de la piel [cosméticos]; productos y preparaciones cosméticos para el cuidado de la piel; cosméticos; cosméticos y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas de limpieza [cosméticos]; cremas de noche [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas limpiadoras [cosméticos]; cremas para la cara [cosméticos]; exfoliantes cosméticos corporales; geles cosméticos; geles hidratantes [cosméticos]; hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la cara [cosméticos]; jabones cosméticos; lociones faciales [cosméticos]; lociones hidratantes [cosméticos]; aceites hidratantes intensivos; barras de labios hidratantes; cremas hidratantes; cremas hidratantes para la cara; geles hidratantes; hidratantes; hidratantes faciales; leches hidratantes; lociones hidratantes; productos hidratantes antienvjecimiento; serum para calmar la piel [cosmético]; serum para el contorno de ojos; sueros antiedad multiactivos; sueros de belleza; sueros faciales; cremas para la piel; cremas para los ojos; cremas regeneradoras; cremas reparadoras para contornos de ojos; cremas reparadoras para la piel [cosméticos]; cremas revitalizantes para la piel; cremas y lociones cosméticas; mascarillas antiedad; mascarillas antienvjecimiento; mascarillas cosméticas; mascarillas faciales; mascarillas faciales limpiadoras; mascarillas hidratantes para la piel; mascarillas para el cutis; mascarillas para la cara; mascarillas para pieles grasas; jabones*; jabones faciales; jabones no medicados para la cara; jabones y geles; aceites desmaquillantes; aceites esenciales para uso cosmético; aceites faciales; aceites limpiadores; agua micelar; agua micelar con efecto calmante; agua micelar de limpieza; cremas protectoras con agua micelar limpiadora; bálsamos labiales; bálsamos labiales no medicinales; champús para el cabello y el cuerpo; cremas exfoliantes; cremas exfoliantes para la cara y el cuerpo; exfoliantes para la cara; exfoliantes para uso cosmético; lociones exfoliantes faciales.