

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 52033

Ref. Expediente N° SD2025/0109919

Por la cual se niega un registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 22 de octubre de 2025, ANA LUCIA TAMAYO MADRID, solicitó el registro de la Marca HELLO CURVAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

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 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:

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

¹ 35: 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 mayorista de prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de prendas de vestir; servicios de venta minorista prestados por boutiques de prendas de vestir; servicios de abastecimiento de prendas de vestir para terceros; servicios de adquisición de prendas de vestir para terceros; servicios de tiendas mayoristas en línea de prendas de vestir.

Ref. Expediente N° SD2025/0109919

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	HELLO KITTY	SANRIO COMPANY, LTD.	09047509	9	18	Marca	Registrada	07 dic. 2029
Mixta	HELLO KITTY	SANRIO COMPANY, LTD.	9219519118	7	18	Marca	Registrada	21 nov. 2026
Mixta	HELLO KITTY	SANRIO COMPANY, LTD.	9219519014	7	14	Marca	Registrada	03 dic. 2026
Mixta	HELLO KITTY	SANRIO COMPANY, LTD.	09047497	9	14	Marca	Registrada	07 dic. 2029

Los signos a comparar son los siguientes:

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 (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° SD2025/0109919

El signo solicitado	Las marcas registradas	
		

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que: “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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro “HELLO CURVAS” se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

Dadas las coberturas cotejadas, y en atención a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección observa que entre el signo solicitado **HELLO CURVAS**, y la familia de marcas registradas **HELLO KITTY** contienen similitudes ortográficas y nominales respecto de sus elementos relevantes. En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea, se observa que el signo solicitado contiene de manera parcial las marcas registradas que sirven de antecedente, esto, al utilizar y coincidir en el mismo vocablo de origen anglo, arbitrario y característico de sus conjuntos marcarios: “HELLO”, el cual traducido al idioma castellano, corresponde a la expresión “HOLA”.

Por lo expresado anteriormente, también hay que acudir a considerar los elementos disímiles del signo solicitado, esto es, la inclusión de la expresión reconocida en los mercados pertinentes (CURVAS), así como la inserción de elementos gráficos mediante un diseño de letra o grafía característica, los cuales, en el presente análisis y/o cotejo marcario no logran diluir suficientemente las semejanzas encontradas. Lo anterior, toda vez que de aceptarse dicho criterio como elemento diferenciador entre los signos, se estaría permitiendo que terceros se apropiaran de marcas registradas, so pretexto de que la marca compuesta despierta una impresión de conjunto diferente a la de la marca unitaria: “*Cuando se reproduce una marca prioritaria o parte esencial de la misma en una segunda marca y se le*



Ref. Expediente N° SD2025/0109919

agregan vocablos u otras denominaciones, al hacerse una comparación entre ellas debe prescindirse del vocablo o de la denominación que se agrega, pues de aceptarse tal mecanismo como un criterio válido de diferenciación, cualquier marca podría apropiarse por un tercero, so pretexto de que la marca compuesta despierta una impresión de conjunto diferente a la de la marca unitaria”⁴.

En este caso, el consumidor promedio al encontrar los signos cotejados en un mismo mercado objetivo, y al evidenciar que comparten los mismos elementos nominales principales y característicos, es posible que no pueda individualizarlos, sino que por el contrario pueda asociarlos a un mismo origen empresarial e inferir de manera errónea de que se trata de una innovación o una ampliación marcaria cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

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 servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 35: 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 mayorista de prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de prendas de vestir; servicios de venta minorista prestados por boutiques de prendas de vestir; servicios de abastecimiento de prendas de vestir para terceros; servicios de adquisición de prendas de vestir para terceros; servicios de tiendas mayoristas en línea de prendas de vestir.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 09047509, Clase 18: Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería; bolsos, carteras; estuches,

⁴ TJCA, Proceso 7-IP-98, marca PALMA FRIT.

⁵ 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° SD2025/0109919

equipaje, bolsas; maletines de ejecutivo; morrales; talegas para ropa; talegas para compras; bandas de cuero; correas para el hombro; cinturones; bastones; estuches para tarjetas [estuches para notas]; collares para animales o mascotas; estuches para llaves; lazos hechos de cuero o imitaciones de cuero; neceseres; bozales; maletines para colegio; correas; manijas para maletas; maletas; juegos (sets) para viaje; baúles de viaje; forros para sombrilla; manijas para sombrilla; asientos (sedes) de bastón; correas para equipaje; talegas para playa; maletines; cajas y estuches de cuero o cartón-cuero; bolsas de mano; correas de cuero; bastones para montañismo; cajas de música; talegas de red para compras; mochilas; bolsos para el colegio; talegas de herramientas de cuero o imitaciones de cuero [vacías]; valijas; talegas de juegos; valijas, sobres y bolsillos de cuero para empaque; forros para muebles de cuero o imitaciones de cuero; marcos para carteras; cargadores para llevar infantes; talegas con ruedas para compras.

Expediente 9219519118, Clase 18: Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería.

Expediente 9219519014, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado no comprendidos en otras clases; joyería, bisutería, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos.

Expediente 09047497, Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado; joyería, bisutería y ornamentos, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos; broches; cadenas; dijes; monedas; fichas, en especial medallas y/o monedas; mancornas; aretes; hilo de oro; ornamentos [de metal precioso]; objetos de imitación de oro; estuches para joyas; estuches para joyería; collares; prendedores (joyería); prendedores para solapa; anillos; estatuas y estatuillas de metal precioso; pisa corbatas en forma de clip; relojes, relojes de pared y piezas y accesorios para los mismos; correas para reloj, bandas para reloj, cadenas para reloj; estuches para reloj; cronómetros; ornamentos; prendedores ornamentales, prendedores para corbata; medallas; llaveros, dijes y llaveros de fantasía; cadenas para llaves y estuches/portadores para llaves de metal precioso y/o piedras preciosas; pendientes; brazaletes [joyería]; estuches para relojes [presentación]; estuches para relojes de pared o mesa; relojes de pared o mesa y relojes de pulsera eléctricos; relojes de sol; diamantes; bisutería; piedras semi-preciosas; obras de arte de metal precioso; relojes de alarma; mancornas de felpilla; pisa corbatas en forma de alfileres; figurines [estatuillas] de metal precioso; joyeros (estuches).

Relación productos clases 14 y 18 registrados y servicios clase 35 solicitados (Criterio de Razonabilidad)

Dados los factores de conexidad competitiva en relación con los signos objeto de análisis, esta Dirección evidencia que entre las coberturas registradas y los servicios solicitados existe una relación en virtud del principio de razonabilidad. Lo anterior, toda vez que se trata de productos y servicios que si bien no se encuentran en la misma clase del nomenclador internacional pueden llegar a ser ofrecidos por el mismo empresario, esto, al ser configuraciones afines con la comercialización de productos de la moda, relacionados con los accesorios de prendas de vestir.

Es así como se evidencia que los accesorios de prendas de vestir registrados como joyería, bisutería, relojería y demás productos de la clase 14, así como los bolsos, maletas, cinturones y demás accesorios registrados en la clase 18 internacional, se relacionan estrechamente con la “servicios de venta minorista por correspondencia de accesorios de prendas de vestir”, de tal modo que se infiera de manera errónea que pertenecen a un mismo

Ref. Expediente N° SD2025/0109919

esquema empresarial de acuerdo a las similitudes encontradas entre los signos y las industrias en las cuales estos se desenvuelven.

Por lo anterior, es más frecuente determinar que el empresario que se dedique al manejo de distintos productos y bienes, pueda hacer lo propio e incursione en actividades de comercialización y venta a terceros a través de diversos establecimientos, métodos y herramientas dispuestas para tal servicio, por lo que, bajo un mismo mercado objetivo puede llevar a que coincidan no solo en los mismos canales, sino que compartan los mismos medios de promoción y publicidad, generando una idea errónea de asociación a un mismo esquema empresarial en el público consumidor y un riesgo latente de confusión.

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 HELLO CURVAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por ANA LUCIA TAMAYO MADRID, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a ANA LUCIA TAMAYO MADRID, 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 8 de julio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)

⁶ 35: 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 mayorista de prendas de vestir; servicios de venta minorista en línea de prendas de vestir; servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de prendas de vestir; servicios de venta minorista prestados por boutiques de prendas de vestir; servicios de abastecimiento de prendas de vestir para terceros; servicios de adquisición de prendas de vestir para terceros; servicios de tiendas mayoristas en línea de prendas de vestir.

Ref. Expediente N° SD2025/0109919

