

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 85482

Ref. Expediente N° SD2025/0009769

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 6 de febrero de 2025, MUFER S.A.S., solicitó el registro de Marca **LAMINADO** (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 3 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1060, 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 b) del artículo 135 de la Decisión 486**

*“No podrán registrarse como marcas los signos que:*

*b) carezcan de distintividad”.*

**Concepto de la norma**

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *“el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su*

<sup>1</sup> **3:** Abrillantadores capilares; bálsamos capilares; bálsamos capilares no medicinales; champús capilares; cremas capilares; fijadores capilares; lociones capilares cosméticas; lociones capilares no medicinales; lociones capilares reparadoras no medicamentosas; preparaciones para tratamientos capilares; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; preparaciones para el alisado permanente del cabello; tratamientos de alisado para el cabello.

**35:** Servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones y tratamientos capilares; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones y tratamientos capilares, preparaciones para el afeitado y la depilación, preparaciones para limpiar y perfumar, incluidos perfumes para uso doméstico.

Ref. Expediente N° SD2025/0009769

*individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores<sup>2</sup>”.*

*Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que “la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella<sup>3</sup>”.*

*El tribunal distingue tanto “una capacidad distintiva “intrínseca” como una capacidad distintiva “extrínseca”, la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos<sup>4</sup>”.*

### Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:

| Signo solicitado |
|------------------|
| <b>LAMINADO</b>  |

El cual pretende identificar los siguientes productos y servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

**3:** Abrillantadores capilares; bálsamos capilares; bálsamos capilares no medicinales; champús capilares; cremas capilares; fijadores capilares; lociones capilares cosméticas; lociones capilares no medicinales; lociones capilares reparadoras no medicamentosas; preparaciones para tratamientos capilares; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; preparaciones para el alisado permanente del cabello; tratamientos de alisado para el cabello.

**35:** Servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones y tratamientos capilares; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones y tratamientos capilares, preparaciones para el afeitado y la depilación, preparaciones para limpiar y perfumar, incluidos perfumes para uso doméstico.

En el caso que nos ocupa, compete esta Dirección determinar si el signo solicitado “Laminado”, resulta apto para identificar los productos y servicios solicitados a registro, perteneciente a las clases 3 y 35 Internacional de Niza, o si, por el contrario, se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad traída a colación.

<sup>2</sup>Proceso 126-IP-2005. Interpretación prejudicial de los artículos 134 y 136, literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la consulta formulada por el Consejo de Estado de la República de Colombia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Expediente Interno N° 2002-00339. Actor: BRITISH AMERICAN TOBACCO COMPANY LIMITED. Marca mixta: “MARINE EXTRA SUAVE”.

<sup>3</sup>Op. Cit.

<sup>4</sup>Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 76-IP-2007 Interpretación prejudicial de los artículos 134, 135 literal j), 136 literal a), 201, 203 y 212 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, conforme a la solicitud presentada por la Segunda Sala del Tribunal Distrital N° 1 de lo Contencioso Administrativo de Quito de la República del Ecuador, e interpretación de oficio de los 135 literal k) y l), 146, 148, 150, 214, 218 y 219 de la misma Decisión. Signo: TEQUILA. Actor: TEQUILA CUERVO S.A. DE C.V. Proceso interno N° 10516 LYM.

Ref. Expediente N° SD2025/0009769

Al respecto, se puede evidenciar que la expresión “laminado” hace referencia a la acción o efecto de laminar<sup>5</sup> y, dentro del sector de la belleza, se emplea comúnmente para referirse a procedimientos de alisado o fijación del cabello y del vello. En particular, dicho término se utiliza para designar tratamientos cosméticos semipermanentes que tienen como finalidad peinar, dar forma y fijar las cejas, las pestañas o el cabello, generando un acabado liso, brillante y sin frizz<sup>6</sup>. Por tanto, se trata de una expresión de uso habitual en el lenguaje del sector y, en consecuencia, es inapropiable por guardar una relación directa con los productos y servicios solicitados en las Clases 3 y 35 Internacional relativos a los productos capilares y su comercialización.

Por lo anterior, la expresión por sí sola no logra presentar una fuerza diferenciadora e individualizadora de los productos y servicios que bajo la misma pretende identificar, de manera tal que no puede ser relacionada con un origen empresarial determinado, careciendo así de la fuerza intrínseca necesaria para la obtención del registro.

Respecto a la distintividad, como elemento de la esencia de los signos distintivos, la Superintendencia de Industria y Comercio ha manifestado que:

*“(…) la distintividad de un marca -además de ser su característica esencial tiene como objeto otorgarle identidad a un signo para poder ser diferenciado e individualizado frente a otros. Dicha finalidad, tiene como efecto la posibilidad de que el consumidor pueda establecer claramente, dentro del mercado, cuál es la procedencia empresarial de cada uno de los servicios ofrecidos y como ella, la facultad para adquirirlos de acuerdo con la marca que le represente la maximización de su utilidad. Así, aunque las expresiones pretendidas a registro no designen el servicio mismo o sus características, intrínsecamente no podrían vincular al consumidor/usuario con un origen empresarial determinado, pues, al coincidir con la denominación que define al signo distintivo como tal, carece de la capacidad de generar una percepción como signo distintivo”.<sup>7</sup>*

Tomando en cuenta lo anterior, el consumidor frente al signo “Laminado”, entenderá sin mayor esfuerzo imaginativo que los productos y servicios ofrecidos por el titular de la marca van dirigidos a un resultado determinado y a un público objetivo, en este caso, los procesos para embellecimiento del cabello y las personas interesadas en tratamientos cosméticos para alisado o fijación de las vellosidades y del cabello; más no lo percibirá como distintivo o diferenciador de un empresario particular, faltando así el carácter distintivo intrínseco, sin el cual no se desempeñan las funciones de una marca.

Adicionalmente, el signo no cuenta con otros elementos distintivos que logren imprimirle la fuerza suficiente para ser reconocido en el mercado como un signo que representa una calidad y un origen empresarial dentro del mercado, pues se compone exclusivamente del término anteriormente aludido.

Conforme a lo manifestado, el signo solicitado “Laminado” no cumple con los requisitos para individualizar en el comercio a ningún servicio, dado que el significado que transmite es claro y en el comercio de productos y servicios tal información es relevante.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 135 literal b) de la Decisión 486 de la Comisión

<sup>5</sup> Consultado en: <https://dle.rae.es/laminado>

<sup>6</sup> ¿Qué es el laminado capilar y para qué sirve? Consultado en: <https://www.loreal-paris.es/laminado-capilar#:~:text=El%20laminado%20capilares%20un%20frizz%20y%20mejora%20la%20manejabilidad.>

<sup>7</sup> Superintendencia de Industria y Comercio. Ref. Expediente No. 08-99314. Por medio del cual se resuelve un recurso de apelación. Signo Distintivo: GANAS PORQUE GANAS, Titular: Asociación Gremial de Instituciones Financieras

Ref. Expediente N° SD2025/0009769

de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca **LAMINADO** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>8</sup>, solicitada por MUFER S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Negar el registro de la Marca **LAMINADO** (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>9</sup>, solicitada por MUFER S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO TERCERO:** Notificar de esta resolución a MUFER 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 CUARTO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 22 de octubre de 2025



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

<sup>8</sup> 3: Abrillantadores capilares; bálsamos capilares; bálsamos capilares no medicinales; champús capilares; cremas capilares; fijadores capilares; lociones capilares cosméticas; lociones capilares no medicinales; lociones capilares reparadoras no medicamentosas; preparaciones para tratamientos capilares; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; preparaciones para el alisado permanente del cabello; tratamientos de alisado para el cabello.

<sup>9</sup> 35: Servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones y tratamientos capilares; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones y tratamientos capilares, preparaciones para el afeitado y la depilación, preparaciones para limpiar y perfumar, incluidos perfumes para uso doméstico.