

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 90788

Ref. Expediente N° SD2025/0048649

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 22 de mayo de 2025, María Irene Melo Garzón solicitó el registro de la Marca (Figurativa) para distinguir servicios comprendidos en las clases 41 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1069, 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 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*

¹ **41:** Servicios de campamentos de vacaciones (actividades recreativas); servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; servicios de parques de atracciones y parques temáticos; parques de diversiones; servicios recreativos prestados por parques de atracciones; organización de espectáculos de entretenimiento y artísticos en vivo; organización de conciertos musicales; organización de fiestas y recepciones; organización de exposiciones con fines culturales, recreativas y educativas.

43: Servicios de alojamiento en fincas turísticas; servicios de albergue y hospedaje temporal en campamentos turísticos; servicios de albergue y hospedaje en hogares turísticos; servicios de hoteles; servicios de aparta hoteles u otros establecimientos que aseguren hospedaje temporal; servicios de campamentos de vacaciones (hospedaje); alquiler de cabañas de vacaciones; servicios de reserva de alojamiento temporal; servicios de restauración (alimentación) y bebidas preparadas para el consumo humano; alquiler de instalaciones para banquetes y recepciones para ocasiones especiales; alquiler de instalaciones para eventos sociales; servicios de información relativos a la provisión de hospedaje temporal.

Ref. Expediente N° SD2025/0048649

de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores²”.

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 ella³”.

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 signos⁴”.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:



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

41: Servicios de campamentos de vacaciones (actividades recreativas); servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; servicios de parques de atracciones y parques temáticos; parques de diversiones; servicios recreativos prestados por parques de atracciones; organización de espectáculos de entretenimiento y artísticos en vivo; organización de conciertos musicales; organización de fiestas y recepciones; organización de exposiciones con fines culturales, recreativas y educativas.

43: Servicios de alojamiento en fincas turísticas; servicios de albergue y hospedaje temporal en campamentos turísticos; servicios de albergue y hospedaje en hogares turísticos; servicios de hoteles; servicios de aparta hoteles u otros establecimientos que aseguren hospedaje temporal; servicios de campamentos de vacaciones (hospedaje); alquiler de cabañas de vacaciones; servicios de reserva de alojamiento temporal; servicios de restauración (alimentación) y bebidas preparadas para el consumo humano; alquiler de instalaciones para banquetes y recepciones para ocasiones especiales; alquiler de

²Proceso 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”.

³Op. Cit.

⁴Tribunal 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° SD2025/0048649

instalaciones para eventos sociales; servicios de información relativos a la provisión de hospedaje temporal.

El signo solicitado a registro carece de la fuerza distintiva intrínseca que es necesaria, toda vez que, el consumidor al encontrarse con el signo, no identificaría un producto o servicio específico ni lo asociaría con un determinado origen empresarial.

En este caso, el render presentado, resulta genérico para describir los servicios que el signo pretende identificar, en tanto que, evoca justamente la idea de un parque de atracciones, a través del cual se prestan servicios de recreativos y turísticos.

Respecto de la distintividad es preciso citar lo dicho por el Tribunal de la Comunidad Andina:

“La distintividad es la capacidad que tiene un signo para individualizar, identificar y diferenciar en el mercado los productos o servicios, haciendo posible que el consumidor o usuario los seleccione. Es considerada como característica esencial que debe reunir todo signo para ser registrado como marca y constituye el presupuesto indispensable para que ésta cumpla su función de indicar el origen empresarial y, en su caso incluso, la calidad del producto o servicio, sin causar riesgo de confusión y/o asociación en el público consumidor [...]”⁵.

De otra parte, respecto de la Distintividad el Consejo de Estado Sección Primera ha manifestado:

“es relevante analizar la distintividad intrínseca del signo, esto es, la capacidad inherente que tiene el signo para distinguir productos y servicios. En primer lugar, un signo para ser registrado no puede ser demasiado simple ni demasiado complejo comoquiera que ello impediría que el signo tenga la capacidad de identificar el producto o servicio que ampara; y, en segundo lugar, constituiría un obstáculo para que terceros hagan uso de algo que no resulta apropiable en exclusiva”⁶.

En este sentido, encuentra esta Dirección que el signo figurativo podría ser objeto de registro siempre que esta estuviera acompañada de otros elementos gráficos que lo dotarán de tal distintividad que le permita al consumidor crear esa única identidad entre producto o servicio relacionado con un origen empresarial.

De manera que, analizado el signo, este no cuenta con la distintividad intrínseca necesaria para ser registrado, en tanto no se estaría cumpliendo con el propósito de una marca comercial de asegurar una clientela y reconocimiento respecto de otros competidores en el mercado.

Lo anterior considerando lo expresado por la Sala de lo Contencioso Administrativo Sección Primera, a saber:

“El propósito esencial de la marca es distinguir los productos o servicios de su titular en relación con los de terceros, ya que la razón de ser de una marca es su capacidad de distinguir, porque solo diferenciando los productos o servicios propios de los de terceros, su titular se asegura de que su clientela lo reconocerá y el consumidor del

⁵ Interpretación Prejudicial No. 242-IP-2015 de Fecha 24 de agosto de 2015, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena No. 2579 del 4 de septiembre de 2015.

⁶ Consejo de Estado Sección Primera. Proceso No. 11001-03-24-000-2013-00408-00 de GLOBAL BUSSINES SOLUTION S.A.S vs SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO - SIC

Ref. Expediente N° SD2025/0048649

bien se asegura de que el mismo corresponderá a las condiciones y calidades que ya conoce como provenientes de determinada fuente”.⁷

Así las cosas, se puede evidenciar que el signo solicitado no cuenta con otros elementos, ortográficos o gráficos, que le puedan permitir al público identificar un servicio con este signo y al mismo tiempo asociarlo de manera correcta con un origen empresarial.

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 de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca (Figurativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por María Irene Melo Garzón, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca (Figurativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por María Irene Melo Garzón, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a María Irene Melo Garzón, 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 5 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ Acción de Nulidad Radicación número: 11001-03-24-000-2002-00352-01

⁸ **41:** Servicios de campamentos de vacaciones (actividades recreativas); servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; servicios de parques de atracciones y parques temáticos; parques de diversiones; servicios recreativos prestados por parques de atracciones; organización de espectáculos de entretenimiento y artísticos en vivo; organización de conciertos musicales; organización de fiestas y recepciones; organización de exposiciones con fines culturales, recreativas y educativas.

⁹ **43:** Servicios de alojamiento en fincas turísticas; servicios de albergue y hospedaje temporal en campamentos turísticos; servicios de albergue y hospedaje en hogares turísticos; servicios de hoteles; servicios de aparta hoteles u otros establecimientos que aseguren hospedaje temporal; servicios de campamentos de vacaciones (hospedaje); alquiler de cabañas de vacaciones; servicios de reserva de alojamiento temporal; servicios de restauración (alimentación) y bebidas preparadas para el consumo humano; alquiler de instalaciones para banquetes y recepciones para ocasiones especiales; alquiler de instalaciones para eventos sociales; servicios de información relativos a la provisión de hospedaje temporal.