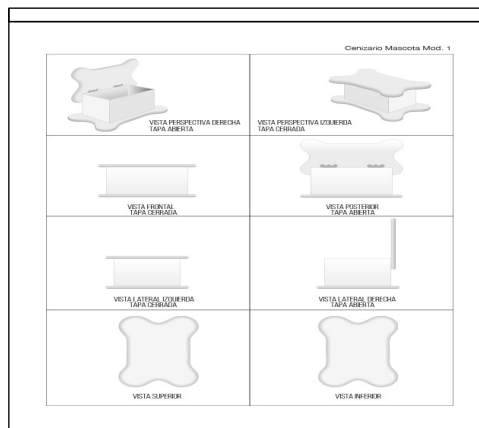


Doctora
PILAR MARIA GOYENECHE CARVAJAL
DELEGATURA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
E. S. D.

EXPEDIENTE : SD2025/0022370
MARCA : Marca (3D)
CLASE : 20



SOLICITANTE : ADOLFO REYES GOMEZ
ACTUACIÓN : RECURSO APELACIÓN
RESOLUCIÓN : 83144 del 15 de octubre de 2025

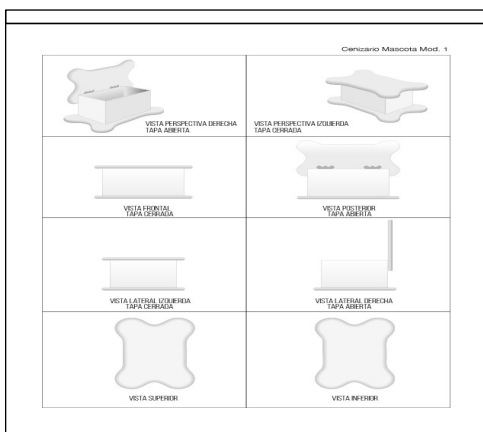
Respetados Señores

PEDRO HORACIO RODRÍGUEZ VARELA, mayor de edad, identificado como aparece al pie de mi firma, obrando en mi calidad de apoderado del solicitante, **ADOLFO REYES GOMEZ**, encontrándome dentro de la oportunidad legal, de acuerdo con lo establecido en la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina y el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo -CPACA-, interpongo **RECURSO DE APELACIÓN**, con el propósito de que ese Despacho se sirva revocar la Resolución de la referencia por la cual

decidió negar la solicitud de registro de la marca 3D, clase 20 de la Clasificación Internacional de Niza.

1. ANTECEDENTES

El solicitante ADOLFO REYES GOMEZ, solicitó el registro de la marca 3D



clase 20 de la Clasificación Internacional de Niza. Tras la publicación en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 de 2025, sin que se presentaran oposiciones por parte de terceros.

El presente recurso tiene por objeto solicitar la revocatoria total de la Resolución N° 83144, mediante la cual la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la marca tridimensional presentada para identificar productos de la Clase 20 relacionados con servicios funerarios y objetos conmemorativos para animales.

La decisión recurrida fundamentó su negativa exclusivamente en la supuesta carencia de distintividad del signo, de conformidad con el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina. Sin embargo, el análisis efectuado por la Dirección presenta deficiencias metodológicas sustanciales, viola precedentes obligatorios del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA), desconoce el alcance doctrinal y jurisprudencial del concepto de distintividad tridimensional y omite la verificación de hechos del mercado que son indispensables para adoptar una decisión motivada, objetiva y ajustada al régimen marcario.

El recurso desarrolla exhaustivamente cada uno de estos aspectos, demostrando que la marca tridimensional cumple con los criterios de registrabilidad y que la decisión apelada carece de fundamento técnico, jurídico y probatorio.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS, DOCTRINALES Y TÉCNICOS DEL RECURSO

- **Error estructural en la metodología de análisis de distintividad tridimensional**

El examen de distintividad de una marca tridimensional requiere, conforme al estándar supranacional, una metodología rigurosa. La Dirección, sin embargo, se limitó a declarar que la forma es “utilizada tradicionalmente por fabricantes de cajas fúnebres para animales”, sin acreditar tal afirmación ni desarrollar un estudio estructurado.

Conforme a la jurisprudencia del TJCA (81-IP-2020, 133-IP-2015, 76-IP-2007, 26-IP-2017 y 242-IP-2015), un examen de distintividad tridimensional debe comprender cinco pasos:

- **Identificación del mercado relevante**

La Dirección omitió delimitar el mercado específico: productos funerarios para animales, principalmente ataúdes y urnas conmemorativas. Sin esta delimitación, es imposible evaluar qué es “uso común” o qué constituye la forma típica del sector. La jurisprudencia del TJCA exige evaluar la forma en relación con productos de la misma naturaleza, no con categorías amplias o abstractas.

- **Análisis de existencia de formas usuales o comunes**

La autoridad debe demostrar que la forma del signo es común en ese mercado. Para ello se requieren registros comparados, análisis de oferta de competidores, bases de datos industriales o catálogos comerciales.

La Dirección no aportó un solo ejemplo.

Según el TJCA (Proceso 81-IP-2020):

“La existencia de uso común no puede presumirse; debe verificarse objetivamente mediante elementos suficientes relacionados con la oferta del mercado.”

- **Determinación de características impuestas por la función del producto**

El examen debió evaluar si la forma de hueso de la tapa es necesaria para la función de un ataúd o cenizario, y evidentemente no lo es. La Dirección no efectúa este análisis, contrariando lo dispuesto en el art. 135 literal c) de la Decisión 486 y la doctrina europea reiterada en los casos *Procter & Gamble* y *Lego Juris*.

- **Identificación de elementos arbitrarios u ornamentales**

La tapa en forma de hueso, con relieves particulares, constituye un elemento claramente arbitrario. No se trata de una forma geométrica, sino de un elemento simbólico asociado al universo de mascotas.

El TJCA señala que las formas ornamentales no necesarias son registrables (133-IP-2015).

- **Evaluación de la impresión global del consumidor**

La Dirección omitió este análisis, pese a ser determinante en la jurisprudencia comunitaria (76-IP-2007), según la cual el signo debe evaluarse como un todo y desde la perspectiva del consumidor medio.

Al no aplicar esta metodología, la resolución incurre en nulidad por defecto sustancial en el análisis técnico-jurídico.

- **Distintividad intrínseca del signo: análisis morfológico, simbólico y estructural ampliado**

El signo tridimensional solicitado incorpora una forma única e inusual: una caja rectangular que sostiene una tapa figurativa en forma de hueso de perro. Esta combinación de volúmenes y siluetas crea una identidad visual imposible de atribuir a la estructura natural del producto.

La forma del hueso no cumple funciones de cierre, resistencia, integridad, hermeticidad ni almacenamiento. Por tanto, **no es impuesta por la función**, lo cual lo ubica plenamente dentro de los elementos arbitrarios que pueden ser registrados como marca.

El Tribunal en 133-IP-2015 sostiene que:

“La incorporación de elementos decorativos, superpuestos o integrados a la estructura, siempre que no correspondan a características necesarias, dota al signo de distintividad intrínseca.”

La conjunción entre la caja rectangular —una base geométrica simple— y un elemento figurativo simbólico —el hueso— no está presente en productos similares del mercado funerario para mascotas.

Desde el punto de vista conceptual, el hueso evoca afecto, vínculo animal y conmemoración, lo cual refuerza el carácter distintivo del diseño dentro de la categoría funeraria. Ninguna necesidad técnica explica esta forma; solo un propósito marcario y distintivo.

- **Distintividad extrínseca: percepción del consumidor medio del mercado funerario para animales**

La doctrina marcaria sostiene que la distintividad no solo depende de la forma en sí misma, sino de cómo la percibe el consumidor al momento de adquirir los productos. En mercados especializados —como el funerario para mascotas— los consumidores buscan objetos con carga simbólica fuerte y capacidad de representar afecto, memoria y personalidad.

El consumidor de urnas o ataúdes para animales distingue diseños ornamentales, representaciones asociadas a mascotas (huellas, huesos, siluetas) y formas simbólicas.

La forma del hueso no es esperable en una caja funeraria estándar, y por ello genera una impresión de origen empresarial particular. Es decir, cumple la función esencial de la marca: identificar origen empresarial.

El TJCA en el Proceso 76-IP-2007 señala:

“La distintividad debe apreciarse desde la óptica del consumidor medio, considerando su capacidad para advertir las diferencias entre los productos ofrecidos en el mercado.”

La Dirección ignoró completamente este criterio.

- Falta absoluta de soporte probatorio para afirmar “uso común” o “tradición de mercado”

La afirmación de la Dirección según la cual el diseño tridimensional “es utilizado tradicionalmente por fabricantes de cajas fúnebres para mascotas” constituye una aseveración sin prueba, insuficiente para negar un registro marcario.

La SIC no aportó: registros marcarios similares; diseños industriales registrados con la misma forma; fotografías o catálogos del sector; análisis de oferta de competidores; estudios del mercado funerario animal; informes periciales; documentos que acrediten “tradición”.

El TJCA prohíbe decisiones basadas en suposiciones. En proceso 81-IP-2020 dijo:

“La Oficina Nacional Competente debe demostrar, no presumir, la existencia de formas usuales en el mercado.”

La ausencia total de cotejo visual o industrial invalida el análisis efectuado. Por ello, el presente recurso incluye un anexo comparativo extenso de diseños industriales, con el fin de evidenciar que el mercado no usa la forma solicitada y que esta es distintiva.

- **La forma no está impuesta por la naturaleza del producto**

El literal c) del art. 135 de la Decisión 486 exige negar únicamente aquellas formas que: derivan de la naturaleza del producto, son indispensables para un resultado técnico, – o confieren ventajas funcionales.

La forma de un hueso no cumple ninguna de estas funciones:

- No es parte natural de un ataúd para animales.
- No mejora el cierre.
- No aumenta capacidad, ventilación o preservación.
- No facilita transporte.
- No optimiza resistencia estructural.

Por tanto, constituye un elemento plenamente registrable, ornamental y arbitrario. En el derecho europeo, el caso *Lego Juris* es categórico: no toda forma tridimensional es funcional; solo las estrictamente necesarias deben excluirse del sistema marcario.

Una tapa en forma de hueso no es necesaria en ningún mercado funerario conocido.

• El registro solicitado no afecta la competencia ni restringe el dominio público

El registro de la marca tridimensional no impediría que: competidores fabriquen cajas rectangulares tradicionales; fabricantes utilicen ornamentos gráficos (huellas, fotos, nombres); fabricantes utilicen tapas planas o curvadas; se elaboren cenizarios cilíndricos o escultóricos.

El único elemento objeto de protección sería la combinación específica caja rectangular + tapa en forma de hueso con relieves particulares. Ningún fabricante necesita esta combinación para competir.

El TJCA ha señalado que la protección marcaria debe adoptar un enfoque equilibrado entre exclusividad y acceso al dominio público, pero en este caso la exclusividad solicitada no afecta en modo alguno la estructura competitiva del mercado.

Por ende, no existe riesgo de monopolio indebido ni afectación a formas necesarias.

• Análisis comparado de las configuraciones tridimensionales presentes en el mercado funerario para animales, como elemento esencial del examen de distintividad

El examen de registrabilidad de un signo tridimensional exige, de acuerdo con la jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, una verificación objetiva de si la forma sometida a registro corresponde a una configuración común, usual, estandarizada o necesaria dentro del mercado relevante. Esta verificación no puede presumirse: debe acreditarse mediante un estudio que considere las configuraciones efectivamente utilizadas por los oferentes del sector.

Dado que la Resolución N° 83144 afirma —sin soporte— que la forma objeto de la solicitud es “tradicionalmente utilizada” por fabricantes de cajas fúnebres para animales, resulta indispensable demostrar que tal afirmación es incorrecta. Para ello, se realizó un análisis comparado de las formas tridimensionales actualmente comercializadas en el mercado funerario para mascotas, tanto en Colombia como en mercados comparables, con el fin de identificar patrones de diseño, tipologías recurrentes y la existencia o inexistencia de configuraciones semejantes al signo solicitado.

Este análisis demuestra que ninguna de las configuraciones ofrecidas en el mercado adopta la combinación morfológica presente en el signo solicitado, ni la forma de la tapa en particular, lo cual constituye un indicio objetivo de distintividad intrínseca.

- **Identificación de las tipologías estructurales presentes en el mercado**

La revisión de la oferta disponible evidencia que los productos funerarios para animales se agrupan predominantemente en tres categorías:

- (i) urnas y cajas rectangulares tradicionales;
- (ii) urnas geométricas (cilíndricas o cúbicas);
- (iii) urnas decorativas superficiales que no modifican su estructura volumétrica.

En la primera categoría predominan cajas rectangulares simples, con tapa plana o ligeramente curvada, diseñadas con criterios funcionales de facilidad de fabricación, cierre y manipulación. En la segunda, las urnas mantienen formas puramente geométricas y prescinden de elementos figurativos volumétricos. En la tercera, la decoración es exterior y superficial —grabados, impresiones o patrones— sin alterar la forma estructural del contenedor.

En ninguno de estos grupos se identifican configuraciones que incorporen tapas figurativas tridimensionales o elementos volumétricos simbólicos.

- **Ausencia absoluta en el mercado de tapas figurativas tridimensionales**

El elemento central del signo solicitado —una tapa estructural en forma de hueso, con curvas, relieves y bulbos propios de dicha figura— no aparece en ninguna de las tipologías examinadas.

No existe evidencia de que: La forma de hueso haya sido utilizada como tapa funcional en cajas funerarias para animales; Los fabricantes integren figuras simbólicas volumétricas como parte estructural del cierre; La tapa de un contenedor funerario adopte una forma figurativa distinta a la geométrica; Esta ausencia confirma que el elemento del signo no corresponde a una forma común o estandarizada.

- **Diferencias de volumetría, proporción y silueta respecto a las configuraciones del mercado**

Mientras las formas utilizadas por los fabricantes mantienen continuidad geométrica entre el cuerpo de la caja y la tapa, el signo solicitado rompe deliberadamente esta continuidad al incorporar un elemento figurativo que sobresale en volumen, altera la simetría tradicional e introduce una silueta distintiva.

Esta ruptura de patrones geométricos industriales refuerza la distintividad, pues genera una impresión global inmediatamente reconocible por el consumidor medio.

El signo, además, combina dos elementos morfológicamente heterogéneos: una base rectangular sobria y una tapa figurativa simbólica, lo que no es replicado en ningún producto conocido del mercado.

- **Diferencia conceptual y simbólica: la forma de hueso como elemento evocativo no presente en la oferta del sector**

La forma del hueso posee una carga conceptual asociada al universo de las mascotas. Esta dimensión simbólica aporta distintividad extrínseca, en tanto no existe oferta funeraria que utilice símbolos tridimensionales como parte de la estructura del contenedor.

Los productos del mercado tienden a evitar formas simbólicas volumétricas, privilegiando la sobriedad. El signo solicitado, en cambio, incorpora un elemento expresivo que comunica identidad emocional y diferenciación.

El examen de la oferta del mercado demuestra que la afirmación de la Resolución N° 83144 carece de soporte y es contraria a la realidad comercial. No existe una tradición de uso, ni un estándar, ni una práctica extendida que adopte la forma tridimensional solicitada.

De esta forma: La forma no es común; La forma no es estándar; La forma no es necesaria; La forma no es funcional; La forma no corresponde a una práctica de mercado; La forma sí incorpora elementos arbitrarios y ornamentales.

Este análisis comparado confirma que el signo solicitado posee distintividad plena, tanto intrínseca como extrínseca, y que el examen realizado por la Dirección fue incompleto, impreciso y carente de soporte empírico, lo cual obliga a revocar la decisión apelada.

Con fundamento en la Decisión 486, la jurisprudencia del TJCA, el principio de motivación suficiente, la doctrina marcaría internacional y el análisis comparativo efectuado, solicito:

Que se revoque íntegramente la Resolución N° 83144 del 15 de octubre de 2025 y se conceda el registro de la marca tridimensional presentada. Subsidiariamente, que se ordene la práctica de un nuevo examen aplicando correctamente la metodología obligatoria para el análisis de marcas tridimensionales.

PETICIONES

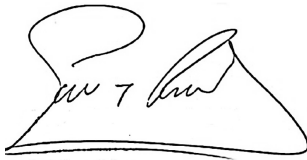
De conformidad con lo anterior, solicitamos a la Superintendencia de Industria y Comercio proceder a revocar la resolución impugnada.

Que se conceda el registro de la marca en la clase solicitada.

NOTIFICACIONES

El solicitante y/o su apoderado recibirán notificaciones en la dirección incluida en el expediente y en SIPI.

Cordialmente,



PEDRO HORACIO RODRÍGUEZ VARELA
C.C. 79.561.226 de Bogotá
T.P. 218.339 del C. S. de la J.