

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 11544

Ref. Expediente N° SD2025/0079210

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 7 de agosto de 2025, Laura Manuela Pulgarin Zapata, solicitó el registro de la Marca DermaCare (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 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 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 individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores”*².

¹ 44: Asesoramiento médico en el ámbito de la dermatología; asesoramiento médico en materia de dermatología; servicios de dermatología; servicios dermatológicos para el tratamiento de afecciones de la piel; análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; análisis médicos para fines de diagnóstico o de tratamiento; prestación de servicios médicos.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0079210

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 servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

44: Asesoramiento médico en el ámbito de la dermatología; asesoramiento médico en materia de dermatología; servicios de dermatología; servicios dermatológicos para el tratamiento de afecciones de la piel; análisis médicos para el diagnóstico y tratamiento de personas; análisis médicos para fines de diagnóstico o de tratamiento; prestación de servicios médicos.

Compete a esta Dirección, luego de dar aplicación a las normas legales vigentes sobre la materia, determinar si el signo solicitado a registro es distintivo en relación a los servicios que pretende distinguir, o si, por el contrario, se encuentra incurso en alguna de las causales de irregistrabilidad contempladas en la normativa andina.

La distintividad de una marca además de ser su característica esencial, tiene por objeto individualizar, identificar y diferenciar en el mercado los productos o servicios. Dicha finalidad, tiene como efecto la posibilidad de que los consumidores puedan establecer claramente dentro del mercado, cual es la procedencia empresarial de cada uno de los

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.

Resolución N° 11544

Ref. Expediente N° SD2025/0079210

productos o servicios ofrecidos, así como su consecuente individualización y adquisición según la marca que considere le representa una mejor calidad, beneficio o economía.

El signo solicitado está compuesto por la unión de los vocablos “DERMA”, elemento ampliamente utilizado en el sector para aludir a la piel o a la dermatología, y “CARE”, término de uso común en el comercio para referirse al cuidado o tratamiento. En su conjunto, la expresión DERMACARE será percibida por el público consumidor pertinente como una indicación directa e inmediata de servicios de cuidado de la piel o atención dermatológica, describiendo la naturaleza y finalidad de los servicios pretendidos, sin generar en la mente del consumidor una asociación con un origen empresarial determinado. En consecuencia, el signo solicitado carece de la capacidad distintiva necesaria para acceder al registro marcario.

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

“(…) la distintividad de una 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 distintivo⁵”

Bajo este contexto, el signo solicitado a registro "DERMACARE" carece de la fuerza distintiva intrínseca exigida por la normativa marcaria, toda vez que el consumidor, al encontrarse con dicha expresión, no estaría en capacidad de identificar un servicio específico ni de asociarlo con un origen empresarial determinado.

Máxime cuando el signo en cuestión no incorpora elementos de fantasía, arbitrariedad o singularidad suficientes que permitan diferenciarlo de expresiones comúnmente utilizadas en el lenguaje del sector de la dermatología.

Por el contrario, la expresión "DERMACARE" sugiere de forma inmediata una descripción directa de la actividad de servicios de médico en el ámbito de la dermatología, lo cual impide que el consumidor medio lo perciba como un signo distintivo del origen empresarial de los servicios ofrecidos, requisito esencial para su protección como marca.

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 DermaCare (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Laura Manuela Pulgarin Zapata, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Laura Manuela Pulgarin Zapata,

Resolución N° 11544

Ref. Expediente N° SD2025/0079210

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 19 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS