

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 12552

Ref. Expediente N° SD2025/0012576

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 14 de febrero de 2025, MEALS DE COLOMBIA S.A.S., solicitó el registro de la Marca La composición tiene una duración total de 8 segundos. Inicia con un "Rise" de 2 segundos, seguido de un "Crunch" que se extiende por 1 segundo. Al final, se presenta un efecto de "Reverb" que amplifica el sonido durante 4,5 segundos. Como base melódica, se emplea un "SYNTH PAD" que mantiene la nota "Do" a lo largo de los 8 segundos de la pieza. (Sonido) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

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 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

¹ **30:** Helados; helados lácteos; helados no lácteos; sorbetes [helados]; helados cremosos; helados de agua; sándwiches de helado; helados cremosos, sorbetes y otros helados; helados a base de frutas; helados a base de leche; helados cremosos de frutas; sucedáneos del helado; sucedáneos del helado cremoso; paletas; paletas de agua; bolis y paletas de hielo; pasteles de helado; pasteles de yogur helado; pasteles a base de helado cremoso; pasteles de helado cremoso; confitería de helados cremosos; productos de confitería a base de yogur helado; yogur helado [helado cremoso].

Ref. Expediente N° SD2025/0012576

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 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:

Signo solicitado	
SONOCRUNCH 120bpm LAKYOTO 	

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

30: Helados; helados lácteos; helados no lácteos; sorbetes [helados]; helados cremosos; helados de agua; sándwiches de helado; helados cremosos, sorbetes y otros helados; helados a base de frutas; helados a base de leche; helados cremosos de frutas; sucedáneos del helado; sucedáneos del helado cremoso; paletas; paletas de agua; bolis y paletas de hielo; pasteles de helado; pasteles de yogur helado; pasteles a base de helado cremoso; pasteles de helado cremoso; confitería de helados cremosos; productos de confitería a base de yogur helado; yogur helado [helado cremoso].

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° SD2025/0012576

Con base en lo anterior, esta Dirección pudo determinar que, el signo solicitado a registro carece de la fuerza distintiva intrínseca que es necesaria para acceder al registro. Lo anterior, toda vez que el consumidor al encontrarse con el signo pretendido no identificaría un producto o servicio específico ni lo asociaría con un determinado origen empresarial, ya que esté solo se compone de la expresión “Crunch”.

La Decisión 486 de 2000 así como el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina han fijado los parámetros que debe poseer un signo para ser considerado como tal y al mismo tiempo ser apto para su registro:

“La característica de distintividad es fundamental que reúna todo signo para que sea susceptible de registro como marca; lleva implícita la posibilidad de identificar unos productos o unos servicios de otros, haciendo viable de esa manera la diferenciación por parte del consumidor. Es entonces distintivo el signo cuando por sí solo sirva para diferenciar un producto o un servicio sin que se confunda con él o con sus características esenciales o primordiales. Es importante advertir que la distintividad tiene un doble aspecto: 1) distintividad intrínseca, mediante la cual se determina la capacidad que debe tener el signo para distinguir productos o servicios en el mercado; y, 2) distintividad extrínseca, mediante la cual se determina la capacidad del signo de diferenciarse de otros signos en el mercado”⁵

Por su lado, el COMITÉ PERMANENTE SOBRE EL DERECHO DE MARCAS, DISEÑOS INDUSTRIALES E INDICACIONES GEOGRÁFICAS, en su decimonovena sesión, en el punto 42 de su documento denominado “La representación y la descripción de marcas no tradicionales posibles ámbitos de convergencia”, señala qué tipos de sonidos son los que se aceptan como marcas sonoras:

“Las marcas sonoras pueden consistir en sonidos musicales, ya sea preexistentes, ya sea creados especialmente a los fines del registro de la marca. Asimismo, pueden consistir en sonidos musicales, existentes en la naturaleza (por ejemplo, sonidos de animales o correspondientes a fenómenos meteorológicos o geográficos) o producidos por máquinas u otros dispositivos creados por el ser humano.”

Los sonidos son mayoritariamente aceptados por la Doctrina como elementos capaces de identificar productos y/o servicios, lo que se debe en gran medida al desarrollo de los medios de comunicación y su explotación por la industria publicitaria, que cada vez más se vale de melodías o incluso de sonidos inarticulados para generar un efecto sugestivo en el público que, de manera inconsciente, los relacione a un bien en particular.

Ahora bien, un signo sonoro ostenta distintividad en la medida en que les permita a los consumidores identificar un servicio o producto y atribuirles un origen empresarial. En este sentido, si bien es cierto que no existe norma que establezca mínimos o máximos en cuanto a la complejidad o extensión que debe presentar una marca u otro tipo de signo distintivo, lo cierto es que las Oficinas Nacionales Competentes, gozan del poder discrecional para valorar todos los elementos que componen los signos cuyo registro se solicita y determinar si estos, vistos como un todo, cumplen con los requisitos legales para ser reconocidos y protegidos como marcas, incluyendo su capacidad de identificar a los productos y servicios en los que se pretende usar y de establecer su origen comercial.

Es así como, esta Dirección observa que el archivo sonoro que reposa dentro expediente, para distinguir productos de la Clasificación Internacional de Niza comprendidos en la clases 30 internacional, consiste en la reproducción de la expresión Crunch, la cual, indica de manera directa una característica de los productos, que se pretenden en clase 30

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 53-IP-2015.

Ref. Expediente N° SD2025/0012576

impidiendo que un consumidor pueda individualizar dicho signo en el mercado.

Así mismo, esta Dirección considera que no es posible otorgar un derecho exclusivo sobre un signo que consista en expresiones de uso común, como quiera que dichas expresiones son utilizadas de manera indistinta en el mercado. Otorgarle un derecho exclusivo sobre dicho conjunto marcario pondría en desventaja a cualquier competidor que quisiera entrar o se encuentre en el mismo mercado, pues el titular del registro marcario estaría facultado para impedir el uso de dichas expresiones a cualquier empresario.

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 La composición tiene una duración total de 8 segundos. Inicia con un "Rise" de 2 segundos, seguido de un "Crunch" que se extiende por 1 segundo. Al final, se presenta un efecto de "Reverb" que amplifica el sonido durante 4,5 segundos. Como base melódica, se emplea un "SYNTH PAD" que mantiene la nota "Do" a lo largo de los 8 segundos de la pieza. (Sonido) para distinguir productos y/o servicios comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por MEALS DE COLOMBIA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a MEALS DE COLOMBIA S.A.S., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada 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 24 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 30: Helados; helados lácteos; helados no lácteos; sorbetes [helados]; helados cremosos; helados de agua; sándwiches de helado; helados cremosos, sorbetes y otros helados; helados a base de frutas; helados a base de leche; helados cremosos de frutas; sucedáneos del helado; sucedáneos del helado cremoso; paletas; paletas de agua; bolis y paletas de hielo; pasteles de helado; pasteles de yogur helado; pasteles a base de helado cremoso; pasteles de helado cremoso; confitería de helados cremosos; productos de confitería a base de yogur helado; yogur helado [helado cremoso].