

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 31172

Ref. Expediente N° SD2025/0087065

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 28 de agosto de 2025, BIOCARE COSMETICS S A S, solicitó el registro de la Marca FIRMMER FACE (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, 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”.

¹ 3: Cosméticos; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos para el cuidado del cuerpo; cosméticos para el uso sobre la piel; cosméticos y preparaciones cosméticas; cosméticas y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas para acondicionar la piel con fines cosméticos; cremas tonificantes [cosméticos]; cremas y geles cosméticos para rostro, manos y cuerpo; geles corporales y faciales [cosméticos]; geles hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; lociones corporales hidratantes [cosméticos]; lociones faciales [cosméticos]; preparaciones de cuidado facial [cosméticos]; preparaciones hidratantes [cosméticos]; preparaciones para aclarar la piel [cosméticos]; preparados cosméticos para el cuidado del cuerpo; preparados cosméticos para el tratamiento de la piel; productos cosméticos para el cuidado corporal; productos cosméticos para el cuidado de la piel; tonificadores faciales [cosméticos]; cremas cosméticas reafirmantes para el contorno de ojos; cremas reafirmantes corporales; cremas reafirmantes para el cuerpo; reafirmantes en gel para el cuerpo para uso cosmético; cremas antiarrugas; preparaciones antiarrugas para el cuidado de la piel; cremas antienvjecimiento; geles antienvjecimiento; preparaciones antienvjecimiento para el cuidado de la piel; sérums antienvjecimiento con efecto lifting; sueros antienvjecimiento para pieles sensibles; cremas antiedad; sérums antiedad con efecto lifting; sueros antiedad multiactivos; sueros antiedad para pieles sensibles; preparaciones cosméticas para reafirmar el busto.

Ref. Expediente N° SD2025/0087065

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 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
FIRMMER FACE

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

3: Cosméticos; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos para el cuidado del cuerpo; cosméticos para el uso sobre la piel; cosméticos y preparaciones cosméticas; cosméticos y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas para acondicionar la piel con fines cosméticos; cremas tonificantes [cosméticos]; cremas y geles cosméticos para rostro, manos y cuerpo; geles corporales y faciales [cosméticos]; geles hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; lociones corporales hidratantes [cosméticos]; lociones faciales [cosméticos]; preparaciones de cuidado facial [cosméticos]; preparaciones hidratantes [cosméticos]; preparaciones para aclarar la piel [cosméticos]; preparados cosméticos para el cuidado del cuerpo; preparados cosméticos

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° SD2025/0087065

para el tratamiento de la piel; productos cosméticos para el cuidado corporal; productos cosméticos para el cuidado de la piel; tonificadores faciales [cosméticos]; cremas cosméticas reafirmantes para el contorno de ojos; cremas reafirmantes corporales; cremas reafirmantes para el cuerpo; reafirmantes en gel para el cuerpo para uso cosmético; cremas antiarrugas; preparaciones antiarrugas para el cuidado de la piel; cremas antienvjecimiento; geles antienvjecimiento; preparaciones antienvjecimiento para el cuidado de la piel; sérums antienvjecimiento con efecto lifting; sueros antienvjecimiento para pieles sensibles; cremas antiedad; sérums antiedad con efecto lifting; sueros antiedad multiactivos; sueros antiedad para pieles sensibles; preparaciones cosméticas para reafirmar el busto.

En el caso que nos ocupa, compete a esta Dirección determinar si el signo solicitado a registro resulta apto para identificar los productos en la clase 3 internacional, o si, por el contrario, se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad traída a colación.

Empero, para determinar si la marca solicitada se encuentra inmersa en la causal de irregistrabilidad establecida por la norma supranacional es preciso tomar en consideración todos los elementos constitutivos del signo solicitado registro.

De manera inicial, podemos observar que el signo solicitado **FIRMER FACE** es de carácter nominativo. La expresión puede entenderse en español como “rostro más firme” o “cara más firme”, lo que en la industria de los cosméticos hace referencia a productos orientados al cuidado facial que buscan mejorar la firmeza de la piel. En este sentido, el signo se pretende utilizar para identificar productos de la clase 3 internacional, relacionados con cosméticos y preparaciones para el cuidado personal. Además, es relevante señalar que la palabra “FACE”, proveniente del inglés, significa “rostro” o “cara”, siendo una traducción ampliamente conocida y de uso frecuente.

Ahora bien, continuando con el análisis es menester señalar que respecto a la distintividad, la cual por una parte, refiere a la capacidad intrínseca que debe tener todo signo para distinguir, diferenciar e individualizar productos o servicios en el comercio de otros, este factor le permite al consumidor realizar una elección pura y simple de los bienes y prestaciones que desea adquirir, así mismo, permite a su titular imprimirle un carácter diferenciador de otros actores en el mercado (capacidad extrínseca).

Sobre el asunto (la distintividad), esta entidad ha manifestado lo siguiente:

“(…) -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”.⁵

Vistos los elementos que integran el signo solicitado, las pautas establecidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina para su análisis y la causal traída a colación,

⁵ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 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° SD2025/0087065

esta Dirección determina que no puede acceder a su registro, toda vez que el consumidor, al encontrarse con la marca “FIRMMER FACE”, no contaría con la capacidad para relacionarla con un origen empresarial determinado. Lo anterior se produce en vista de que la expresión puede entenderse en español como “rostro más firme” o “cara más firme”, lo que hace referencia a un efecto o resultado esperado de los productos que pretende identificar en la clase 3, a saber, cosméticos y preparaciones para el cuidado personal, en particular aquellos destinados al cuidado facial.

En este sentido, la marca en su conjunto no contiene un elemento distintivo adicional que permita diferenciarla de otros productos similares en el mercado, dificultando así su asociación con un empresario en específico.

De la misma manera, no resulta procedente privar a los demás competidores del uso de una expresión común para nombrar el conjunto de productos pertenecientes a su portafolio, mediante el otorgamiento de un derecho de exclusividad en cabeza de una única persona, dado que con ello se configuraría una ventaja competitiva injustificada, en contravención de la libre competencia en los mercados y la posibilidad que le asiste al consumidor para acceder a distintas opciones en los productos requeridos por este.

Así las cosas, se puede evidenciar que el signo solicitado no cuenta con otros elementos, ortográficos y/o gráficos, que le puedan permitir al público identificar un producto 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 FIRMMER FACE (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por BIOCARE COSMETICS S A S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a BIOCARE COSMETICS 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.

⁶ 3: Cosméticos; cosméticos para cuidados corporales y estéticos; cosméticos para el cuidado del cuerpo; cosméticos para el uso sobre la piel; cosméticos y preparaciones cosméticas; cosméticas y preparados cosméticos; crema hidratante para la piel [cosméticos]; cremas, leches, lociones, geles y polvos cosméticos para la cara, el cuerpo y las manos; cremas para acondicionar la piel con fines cosméticos; cremas tonificantes [cosméticos]; cremas y geles cosméticos para rostro, manos y cuerpo; geles corporales y faciales [cosméticos]; geles hidratantes [cosméticos]; hidratantes faciales [cosméticos]; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; lociones corporales hidratantes [cosméticos]; lociones faciales [cosméticos]; preparaciones de cuidado facial [cosméticos]; preparaciones hidratantes [cosméticos]; preparaciones para aclarar la piel [cosméticos]; preparados cosméticos para el cuidado del cuerpo; preparados cosméticos para el tratamiento de la piel; productos cosméticos para el cuidado corporal; productos cosméticos para el cuidado de la piel; tonificadores faciales [cosméticos]; cremas cosméticas reafirmantes para el contorno de ojos; cremas reafirmantes corporales; cremas reafirmantes para el cuerpo; reafirmantes en gel para el cuerpo para uso cosmético; cremas antiarrugas; preparaciones antiarrugas para el cuidado de la piel; cremas antienvjecimiento; geles antienvjecimiento; preparaciones antienvjecimiento para el cuidado de la piel; sérums antienvjecimiento con efecto lifting; sueros antienvjecimiento para pieles sensibles; cremas antiedad; sérums antiedad con efecto lifting; sueros antiedad multiactivos; sueros antiedad para pieles sensibles; preparaciones cosméticas para reafirmar el busto.

Resolución N° 31172

Ref. Expediente N° SD2025/0087065

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 28 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS