

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 34358

Ref. Expediente N° SD2025/0045227

Por la cual se decide un recurso de apelación

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 18 numeral 10° del Decreto
4886 del 23 de Diciembre de 2011,

CONSIDERANDO

Que mediante Resolución N° 100894 de 1 de diciembre de 2025, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la Marca **UÑAS SALVAJES** (Mixta), solicitada por la señora **ANGYE LISETH CARO TELLEZ**, para distinguir los siguientes productos que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

3: Aclaradores de uñas; adhesivos para fijar uñas postizas; adhesivos para fijar uñas y pestañas postizas; adhesivos para pegar las uñas postizas; adhesivos para pestañas, cabello y uñas postizos; adhesivos para pestañas, cabellos y uñas postizas; adhesivos para uñas postizas; apósitos para la reconstitución de uñas; apósitos para la reparación de uñas; bases para esmaltes de uñas; blanqueadores para las uñas; brillantina para las uñas; calcomanías decorativas para uñas; calcomanías para las uñas; capa base de laca de uñas; capa de esmalte de uñas; capa superficial para esmalte de uñas; cremas para las uñas; cremas para las uñas de uso cosmético; endurecedor de uñas [cosméticos]; endurecedores de uñas; endurecedores de uñas [cosméticos]; escarcha para las uñas; esmalte de uñas; esmaltes de acabado para uñas; esmaltes de base para las uñas [productos cosméticos]; esmaltes de uñas; esmaltes de uñas de acabado; esmaltes de uñas en gel; esmaltes de uñas para uso cosmético; esmaltes de uñas y quitaesmaltes; fortalecedores de uñas; imprimación para uñas [cosméticos]; kits para el cuidado de las uñas que comprenden esmaltes de uñas, quitaesmaltes y uñas postizas; kits para el cuidado de las uñas que comprenden esmaltes de uñas y quitaesmaltes; kits para el cuidado de las uñas que comprenden lacas de uñas, quitaesmaltes y uñas postizas; kits para el cuidado de las uñas que comprenden lacas de uñas y quitaesmaltes; kits para el cuidado de las uñas que comprenden principalmente esmaltes de uñas, quitaesmaltes y uñas postizas; kits para el cuidado de las uñas que comprenden principalmente esmaltes de uñas y quitaesmaltes; kits para el cuidado de las uñas que comprenden principalmente lacas de uñas, quitaesmaltes y uñas postizas; kits para el cuidado de las uñas que comprenden principalmente lacas de uñas y quitaesmaltes; lociones para fortalecer las uñas; preparaciones cosméticas para las uñas; preparaciones para el cuidado de las uñas; preparaciones y productos para el cuidado de las uñas; productos para el cuidado de las uñas; reparadores de uñas.

Lo anterior, por considerar que se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Que mediante escrito presentado dentro del término y con el lleno de los requisitos legales, la señora **ANGYE LISETH CARO TELLEZ**, interpuso recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el considerando primero, con el objeto de que se revoque la

Ref. Expediente N° SD2025/0045227

Resolución N° 100894 de 1 de diciembre de 2025, con fundamento en los siguientes argumentos:

“(…) I. INCORRECTA APLICACIÓN DEL CONCEPTO DE DISTINTIVIDAD MARCARIA CONFORME A LA INTERPRETACIÓN DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

La Dirección de Signos Distintivos ha incurrido en un yerro sustancial al aplicar el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486, confundiendo la falta de distintividad con la mera existencia de usos aislados en plataformas digitales.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA) ha establecido que la distintividad es la función primigenia de la marca, permitiendo al consumidor identificar el origen empresarial de un producto. Esta aptitud distintiva puede ser intrínseca (capacidad del signo para identificarse a sí mismo) y extrínseca (capacidad para diferenciarse de otros). La resolución atacada sostiene que "el consumidor al encontrarse con el signo, no identificaría un producto o servicio específico ni lo asociaría con un determinado origen empresarial". Sin embargo, esta afirmación es dogmática y desconoce la naturaleza arbitraria y de fantasía del signo solicitado.

Lo anterior se explica en la Interpretación Prejudicial N° 388-IP-2015 de fecha 25 de febrero de 2016, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2726 del 22 de abril de 2016

La distintividad tiene un doble aspecto:

- Distintividad intrínseca o en abstracto, mediante la cual se determina la capacidad que debe tener el signo para distinguir productos o servicios en el mercado.
- Distintividad extrínseca o en concreto, mediante la cual se determina la capacidad del signo de diferenciarse de otros signos en el mercado. Conforme a la doctrina reiterada del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, la función distintiva de la marca se desdobra en dos vertientes inescindibles: la distintividad intrínseca o en abstracto, entendida como la aptitud autónoma del signo para identificar un producto, y la distintividad extrínseca o en concreto, referida a su capacidad para diferenciarse de otros signos en el mercado. Al descender al análisis del signo solicitado 'UÑAS SALVAJES', es evidente que este satisface plenamente el requisito de distintividad intrínseca, toda vez que la expresión no es el nombre genérico ni técnico de los productos solicitados, tales como 'adhesivos para fijar uñas' o 'reparadores de uñas', ni tampoco informa de manera directa sobre la composición química o la calidad intrínseca de los mismos; por el contrario, se trata de una construcción lingüística de fantasía que requiere un esfuerzo intelectual e imaginativo por parte del consumidor para establecer un vínculo con el producto, alejándose así de la descriptividad y dotando al conjunto de la fuerza suficiente para actuar como indicador de origen empresarial.

(…) II. IMPROCEDENCIA JURÍDICA DEL USO DE RESULTADOS GENÉRICOS DE MOTORES DE BÚSQUEDA COMO CRITERIO DETERMINANTE DE DISTINTIVIDAD O USO COMÚN DEL SIGNO

La Resolución No. 100894 fundamenta la negativa casi exclusivamente en capturas de pantalla de resultados de búsqueda en Google y Pinterest. Este proceder constituye un error metodológico y probatorio que vicia la legalidad del acto administrativo.

Ref. Expediente N° SD2025/0045227

La autoridad administrativa afirma que "al realizar una búsqueda de la expresión 'uñas salvajes' en Google arroja como resultado una forma de pintar o decorar las uñas...". Sin embargo, el uso de un motor de búsqueda no equivale a un estudio técnico de mercado ni refleja la percepción del consumidor medio. Los resultados de Google están determinados por algoritmos de indexación (SEO), etiquetas de usuarios particulares y geolocalización, que no constituyen prueba de uso generalizado en el comercio.

(...) 1. Naturaleza No Comercial: La imagen citada "81 ideas de Uñas salvajes - Pinterest" proviene de un tablero creado por un usuario particular ("Nail Art Painter"), no de un competidor comercial ni de una cámara industrial. El hecho de que un usuario en una red social agrupe fotos bajo un nombre arbitrario no convierte a dicha expresión en un término genérico del lenguaje comercial.

2. Heterogeneidad de Resultados: La misma evidencia de la SIC muestra resultados disímiles: desde diseños de "animal print" hasta imágenes tituladas "selva, ruido de animales" o diseños florales. Esta falta de univocidad demuestra que no existe un consenso en el mercado sobre qué significa "Uñas Salvajes". Si el término fuera descriptivo o genérico, los resultados serían homogéneos. La diversidad de imágenes confirma que la expresión es utilizada de manera subjetiva y arbitraria por los usuarios, no como un estándar de industria.

(...) A. La Falacia de la Ubicuidad Digital (Reducción al Absurdo): Si aceptáramos la tesis de la Dirección de Signos Distintivos, según la cual la existencia de resultados en Google anula la distintividad, prácticamente ninguna marca de fantasía podría acceder al registro, pues la inmensidad de la data indexada en internet garantiza que casi cualquier combinación de términos arroje coincidencias.

(...) B) La Naturaleza de los Algoritmos vs. La Realidad del Mercado: La autoridad administrativa confunde la indexación algorítmica con el uso marcario o comercial. Los motores de búsqueda como Google funcionan mediante algoritmos de coincidencia de palabras clave (keywords) y optimización (SEO). Cuando el examinador digita 'Uñas Salvajes', el algoritmo fuerza la búsqueda de esos términos en cualquier contexto: títulos de blogs personales, descripciones de fotos caseras, traducciones automáticas de otros idiomas o metáforas en artículos de opinión.

(...) III. DESCONOCIMIENTO DEL PRINCIPIO DE TERRITORIALIDAD DEL DERECHO MARCARIO MEDIANTE LA VALORACIÓN DE TENDENCIAS Y CONTENIDOS EDITORIALES EXTRANJEROS AJENOS AL MERCADO COLOMBIANO.

La decisión recurrida viola flagrantemente el principio de territorialidad, pilar del sistema andino de propiedad industrial, al sustentar la falta de distintividad en contenidos editoriales dirigidos a un público extranjero.

(...) En el contexto colombiano, y aplicado a los productos de la Clase 3 como "endurecedores" y "reparadores de uñas", la expresión "SALVAJES" no describe una textura visual. Semánticamente, el término evoca conceptos de fuerza, resistencia, potencia y carácter indomable. Cuando un consumidor colombiano adquiere un "pegamento para uñas" identificado con la marca "UÑAS SALVAJES", no espera que el pegamento tenga manchas de leopardo (lo cual sería absurdo para un adhesivo). Espera un producto con una fijación "fuerte" o "extrema". Esta asociación conceptual demuestra que el signo opera como una fantasía sobre las cualidades del producto (potencia), y no como una descripción de su apariencia estética. La autoridad erró al limitar el análisis semántico a la "decoración", ignorando que la solicitud cubre

Ref. Expediente N° SD2025/0045227

productos funcionales donde la interpretación de "diseño animal print" carece de lógica técnica.

IV. ERRÓNEA DETERMINACIÓN DEL PÚBLICO RELEVANTE PARA EL ANÁLISIS DE DISTINTIVIDAD Y PERCEPCIÓN DEL SIGNO

La Dirección de Signos Distintivos ha construido su negativa sobre un perfil de consumidor equivocado, asumiendo que el público relevante está compuesto por expertos en tendencias globales de "nail art" o lectores de revistas de moda mexicanas.

Los productos solicitados en la Clase 3 (esmaltes, quitaesmaltes, adhesivos) son bienes de consumo masivo, dirigidos al consumidor medio. Este consumidor medio se presume razonablemente informado y observador, pero no es un especialista en tendencias editoriales internacionales. (...)"

Que para resolver el recurso de apelación interpuesto, según el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, es preciso resolver *"todas las peticiones que hayan sido oportunamente planteadas y las que surjan con motivo del recurso"*.

1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: DISTINTIVIDAD

Literal b) del artículo 135 de la Decisión 486

"No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad".

La norma

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha definido la distintividad como *"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"*¹.

Asimismo, ha expuesto que *"la distintividad tiene un doble aspecto: i) distintividad intrínseca, mediante la cual se determina la capacidad que debe tener el signo para distinguir productos o servicios en el mercado y ii) distintividad extrínseca, por la cual se determina la capacidad del signo para diferenciarse de otros signos en el mercado"*².

Ahora bien, es de advertir que un signo puede ser inherentemente distintivo. Es decir, puede gozar de distintividad ab initio, o puede haberla adquirido mediante el uso, de manera sobrevenida, desarrollando una distintividad adquirida.

¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 242-IP-2015.

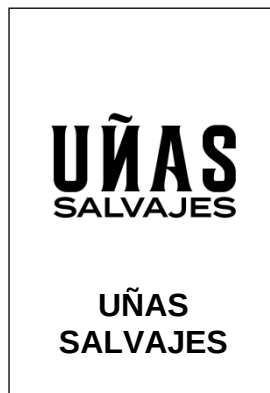
² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 89-IP-2021.

Ref. Expediente N° SD2025/0045227

Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina precisó *“para que opere la figura de la distintividad adquirida, debe determinar, en primer lugar, el uso constante, real y efectivo del signo y, en segundo lugar, si ese uso constante, real y efectivo genera la distintividad del signo. Al proceder al análisis deben tomarse en cuenta aspectos como el grado de distintividad del signo en relación con los productos o servicios que pretende amparar, el mercado relevante, la capacidad del consumidor medio de identificar el origen empresarial del producto correspondiente o, de ser el caso, el grado de atención del público consumidor pertinente”*³.

2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DEL SIGNO BAJO ESTUDIO

Naturaleza y descripción del signo solicitado



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta conformado en su elemento nominativo por las expresiones “UÑAS SALVAJES” y en su elemento gráfico en blanco y negro la forma especial de la palabra “UÑAS” en donde la letra “Ñ” se encuentra invertida.

3. CASO CONCRETO

Ha recalcado el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina que uno de los requisitos para que un signo pueda ser registrado como marca es que este cuente con distintividad; la distintividad es la capacidad que tiene un signo para identificar productos o servicios en el mercado, así como su capacidad para diferenciarse de otros signos en el mercado. De acuerdo con lo anterior, encontramos que la distintividad es estudiada en un doble aspecto:

- Distintividad intrínseca: mediante la cual se determina la capacidad que tiene el signo para distinguir productos o servicios en el mercado.
- Distintividad extrínseca: mediante la cual se determina la capacidad que tiene el signo para diferenciarse de otros en el mercado.

Cuando el artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina incluye la carencia de distintividad como causal absoluta de irregistrabilidad, se refiere ésta a la distintividad intrínseca, mas no a la distintividad extrínseca. Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado:

³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 89-IP-2021.

Ref. Expediente N° SD2025/0045227

“La falta de distintividad intrínseca está contemplada en el Literal b) del Artículo 135 de la Decisión 486, en dicho artículo se exige que no podrán registrarse como marcas los signos que carezcan de distintividad, refiriéndose esta causal a la falta de distintividad intrínseca”⁴.

Para determinar si el signo solicitado se encuentra inmerso en la causal de irregistrabilidad establecida por la norma supranacional es preciso tomar en consideración todos los elementos constitutivos del signo solicitado registro. En efecto, un signo ostenta distintividad en la medida en que les permita a los consumidores identificar un servicio y atribuirles un origen empresarial; de igual forma, el carácter distintivo debe apreciarse, por una parte, teniendo en cuenta los productos y servicios para los cuales se quiere usar y, por otra, teniendo en cuenta la precepción que el signo genera en el público consumidor.

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 un 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 distintivo”⁵.

En el caso que nos ocupa, compete determinar si el signo solicitado a registro **UÑAS SALVAJES**, resulta apto para identificar los servicios solicitados, o si, por el contrario, se encuentra incurso en la causal traída a colación.

Este Despacho considera que el signo solicitado a registro **UÑAS SALVAJES**, no resulta distintivo en Clase 03, por las razones siguientes:

En virtud de los antecedentes jurisprudenciales citados, el signo solicitado **UÑAS SALVAJES** de naturaleza mixta carece de fuerza distintiva intrínseca que es necesaria, toda vez que el consumidor al encontrarse con la marca no identificaría el producto específico y al mismo tiempo tampoco lo asociaría de manera fehaciente con un determinado origen empresarial, toda vez que está conformado por expresiones que consisten en una presentación o “tipo” de producto (uñas postizas).

Cabe mencionar que de esta estrecha relación entre “UÑAS SALVAJES” (signo) y los productos que pretende identificar resulta imposible no intercambiar uno con otro (signo y producto). En concordancia con lo anterior **la ausencia de gráficas particulares, así**

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 72-IP-2020.

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° SD2025/0045227

como la falta de colores y figuras en la etiqueta aportada -a diferencia del tipo de fuente un poco estilizada- no permiten que el signo pueda identificar el origen empresarial de los productos agrupados en la Clase 03 Internacional solicitada, como lo son los productos de uñas postizas en particular, que se encuentran incluidas en la cobertura solicitada.

Es decir, la ausencia de **demás** elementos nominativos y gráficos **suficientes** en la etiqueta hacen que la nominación y el tipo de letra no posean fuerza singularizadora pese a que, en principio, resulta un signo mixto.

Por ello, al tratarse de productos relacionados estrechamente con el cuidado y estética de las uñas, la expresión “UÑAS SALVAJES” y la figura simple de su grafía resulta irregistrable, toda vez que no aporta distintividad alguna al signo.

Por su parte, la no reivindicación de colores y la tipografía que se utiliza en las letras no resulta ser suficiente para permitir al consumidor asociar de forma correcta e inequívoca el servicio con un origen empresarial determinado. Por tanto, 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 específico ni lo asociaría con un determinado origen empresarial.

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

4. CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente confirmar la Resolución N° 100894 de 1 de diciembre de 2025.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Confirmar la decisión contenida en la Resolución N° 100894 de 1 de diciembre de 2025 proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

ARTÍCULO 2: Notificar a la señora **ANGYE LISETH CARO TELLEZ**, parte solicitante, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., el 11 de mayo de 2026

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,

Ref. Expediente N° SD2025/0045227



PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL