

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 39228

Ref. Expediente N° SD2025/0109636

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 22 de octubre de 2025, ZIMARK SAS, solicitó el registro de la Marca MAÍZ DORADO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1093, 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”.

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”.*

¹ 29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

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”.

Ref. Expediente N° SD2025/0109636

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 productos de la Clasificación Internacional de Niza:

29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

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 con los productos que pretende distinguir, o si, por el contrario, se encuentra incurso en alguna de las causales de irregistrabilidad contempladas en la normativa andina.

De manera preliminar, es importante señalar que la distintividad constituye la característica esencial de una marca, cuya función principal es individualizar, identificar y diferenciar en el mercado los productos o servicios que distingue. Esta finalidad permite que los consumidores puedan determinar con claridad la procedencia empresarial de cada producto o servicio ofrecido y, en consecuencia, tomar decisiones de adquisición en función de la marca que consideren asociada a una mejor calidad, beneficio o economía.

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

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° SD2025/0109636

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

Análisis del caso concreto

Esta Dirección considera que la denominación “MAÍZ DORADO” (Mixta) carece de distintividad para ser registrada como marca, toda vez que el consumidor, al encontrarse con el signo, no identificaría un origen empresarial determinado, debido a la debilidad intrínseca de los elementos que conforman el conjunto marcario.

De manera inicial, se observa que el signo solicitado corresponde a un signo mixto compuesto por las expresiones “MAÍZ” y “DORADO”, acompañadas de un elemento gráfico consistente en la representación de la denominación “MAÍZ” en letras blancas y la expresión “DORADO” en letras doradas. No obstante, los elementos gráficos, tipográficos y cromáticos que acompañan el conjunto marcario no resultan suficientes para dotarlo de la distintividad necesaria, toda vez que corresponden a recursos visuales simples, ornamentales y de uso común dentro del mercado, los cuales no generan en el consumidor una impresión distintiva capaz de individualizar un origen empresarial determinado.

El término “MAÍZ⁶” corresponde al nombre genérico y común de un producto agrícola ampliamente conocido y utilizado en la preparación, conservación y acompañamiento de diversos productos alimenticios comprendidos en la clase 29 internacional, tales como conservas, alimentos procesados, aceites comestibles y productos alimenticios elaborados. Por su parte, el término “DORADO” alude a una cualidad, apariencia o tonalidad del producto, evocando características relacionadas con su color, cocción, presentación o aspecto visual.

En este sentido, el consumidor medio percibirá el conjunto marcario “MAÍZ DORADO” como una referencia evocativa de características o cualidades de los productos que pretende distinguir, particularmente en relación con alimentos elaborados, conservados o preparados a base de maíz, o que presenten una tonalidad dorada, y no como un indicador de procedencia empresarial.

Bajo este contexto, el signo solicitado no posee aptitud distintiva intrínseca, en la medida en que el conjunto marcario no permite individualizar un origen empresarial específico ni diferenciar los productos que pretende distinguir frente a aquellos ofrecidos por otros competidores en el mercado.

Por lo tanto, el signo solicitado “MAÍZ DORADO” no cumple con la función esencial de la marca consistente en identificar y distinguir un origen empresarial determinado, razón por

⁵COLOMBIA. 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.

⁶Tomado de <https://www.huercasa.com/maiz-historia-usos-y-propiedades-de-un-producto-unico/el-maiz-un-alimento-muy-versatil/>

Ref. Expediente N° SD2025/0109636

la cual no resulta susceptible de registro conforme a los criterios de distintividad exigidos por el régimen aplicable.

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 MAÍZ DORADO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por ZIMARK SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a ZIMARK SAS, 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 26 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ 29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.