

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 99574

Ref. Expediente N° SD2025/0037660

Por la cual se niega un registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 24 de abril de 2025, el señor **JUAN SEBASTIÁN PÉREZ SÁNCHEZ** y la señora **SOFÍA ARISTIZABAL NARANJO**, solicitaron el registro de la Marca **ARIZA NATURE** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 del 8 de mayo de 2025, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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 a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho.

¹ 3: Productos hidratantes para la piel de uso cosmético; champús en seco*; jabones*; cosméticos.

Ref. Expediente N° SD2025/0037660

En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar.

El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	TEJIDOS ARIZA	BLANCA CECILIA ORTIZ GOMEZ	15091389	10	25	Marca	Registrada	30 sept. 2025*

*Fecha límite para solicitar la renovación con recargo por periodo de gracia: 30 de marzo de 2026.

Los signos a comparar son los siguientes:

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)*.

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0037660

El signo solicitado	La marca registrada
 ARIZA NATURE	 TEJIDOS ARIZA

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁴.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera reiteró: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.



Ref. Expediente N° SD2025/0037660

es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente análisis predomina el elemento nominativo en las marcas bajo estudio, por lo que deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

“a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética.

Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema.

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁵

Análisis comparativo

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, se trata de un signo de naturaleza mixta, conformado por la expresión ARIZA NATURE y un elemento gráfico triangular. Por su parte, la marca registrada es de naturaleza mixta, conformada por la expresión TEJIDOS ARIZA y un elemento figurativo que representa un carrete de hilo.

Según las reglas definidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, las expresiones de uso común o descriptivas carecen de distintividad y deben ser excluidas del cotejo realizado. En el presente caso, se observa que las expresiones NATURE⁶ y

⁵ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁶

Expediente	Signo	Vigencia	Estado	Titular	Cl. Niza
97073076	NATURE’S SUNSHINE	13 feb. 2032	Registrada	NATURE’S SUNSHINE PRODUCTS, INC.	3
05105887	NATURE FUSION	17 may. 2026	Registrada	THE PROCTER & GAMBLE COMPANY	3
08051071	FRESH & NATURE BY ORIFLAME	04 dic. 2028	Registrada	ORIFLAME COSMETICS S.A.	3
08123584	SÉRIE NATURE	27 may. 2029	Registrada	L’OREAL	3
09003934	CONSUME NATURE’S WAY	14 dic. 2029	Registrada	SOUTH AMERICAN SPECIALTIES, INC.	3
07089004	NATURE’S GARDEN	11 feb. 2029	Registrada	JOSE ABRAHAM VALAREZO SANCHEZ	3
08023866	E + N ESSENCE NATURE	31 oct. 2028	Registrada	MERCATEAM LTDA	3
15120096	NATURE SKIN	28 mar. 2026	Registrada	COMERCIALIZADORA JMA S.A.S	3
SD2017/0015973	e+n essence nature	21 ago. 2028	Registrada	Salomón Ruben Cohen	3
SD2018/0037764	SIMPLY NATURE	09 ene. 2029	Registrada	MOISES LONDOÑO TOLEDO	3
SD2022/0099724	Nature's Specialties	30 ene. 2034	Registrada	IG COLOMBIA S.A.	3



Ref. Expediente N° SD2025/0037660

TEJIDOS⁷ contenidas en los signos, respectivamente, son de uso común o pueden resultar evocativas para los productos objeto de análisis, por lo que no serán consideradas como elementos distintivos con la fuerza suficiente para diferenciar la coexistencia. En consecuencia, el cotejo se centrará en la expresión principal ARIZA que funge como elemento dominante en ambos conjuntos marcarios.

De tal modo, al realizar el análisis en conjunto de cada signo, puede observarse que la impresión general que generan en el consumidor es dominada por la expresión ARIZA. Si bien el signo solicitado contiene el término secundario *NATURE* y el signo antecedente el término *TEJIDOS*, para el consumidor promedio, la unidad fonética y gráfica de mayor recordación y que sirve como núcleo de identificación es el apellido o vocablo principal. Esto se debe a que la atención del consumidor se fija en las palabras o lexemas que carecen de vínculo directo con el producto o servicio y que, por ende, tienen la mayor fuerza distintiva y memorabilidad en el mercado.

En el presente caso, se identifica que el elemento con función diferenciadora y mayor impacto para ambos signos es la raíz léxica ARIZA. Esta palabra, al ser un apellido de uso común en el ámbito hispano o un vocablo arbitrario respecto a los productos bajo estudio, se convierte en el núcleo principal por excelencia, superando el impacto de los aditivos *NATURE* y *TEJIDOS*. La elección de este elemento como diferenciador primario se justifica en que los términos secundarios son de baja distintividad, dejando a ARIZA con la función de identificar el origen empresarial. Esta identidad ortográfica, fonética y conceptual en la parte más relevante de cada marca tiene el potencial de causar confusión en el mercado al atribuirse a un mismo origen empresarial.

En el presente caso, se puede concluir que existe un alto e inminente riesgo de confusión entre el signo solicitado ARIZA NATURE y la marca registrada TEJIDOS ARIZA. Este riesgo no solo es de orden fonético, sino también ortográfico e ideológico, debido a la identidad total en el elemento denominativo principal “ARIZA”.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos.

7

Expediente	Signo	Vigencia	Estado	Titular	Cl. Niza
14277145	SARASWATI - TEJIDOS DUITAMA	27 nov. 2025	Registrada	ASOCIACION DE MUJERES SARASWATI	25
15062595	TEJIDOS ROSITA	26 nov. 2025	Registrada	ROSA CECILIA SARMIENTO CORTES	25
15062851	Tejidos Susagua	26 oct. 2025	Registrada	MARTHA INES QUINTANA BARRERA	25
15062859	Tejidos TEMACLE	31 mar. 2026	Registrada	CLEMENCIA CUERVO LAGO	25
15091006	TEJIDOS JUAN MURCIA	10 dic. 2025	Registrada	JUAN DE LA CRUZ MURCIA MURCIA	25
15091190	TEJIDOS OROCNE	26 nov. 2025	Registrada	ANGELA MARIA ALARCON RODRIGUEZ	25
15091381	LA MEJOR HUELLA EN TEJIDOS	30 nov. 2025	Registrada	FLOR ALCIRA ALVARADO FONSECA	25
15091387	TEJIDOS MAICOL	10 dic. 2025	Registrada	ANA PAULINA GOMEZ	25
15091483	TEJIDOS RUTH RIVERA	19 oct. 2025	Registrada	RUTH RIVERA DE BAUTISTA	25
13228373	tejidos tricolux	14 may. 2034	Registrada	TEJIDOS TRICOLUX S.A.S.	25
15308916	tejidos guauque	24 jun. 2026	Registrada	MARIA CONSUELO GUAUQUE DIAZ	25

Ref. Expediente N° SD2025/0037660

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Productos hidratantes para la piel de uso cosmético; champús en seco*; jabones*; cosméticos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Productos
15091389	(25): Tejidos en lana tales como: chales, cuellos, bufandas, guantes, gorros, sacos, medias, prendas para vestir.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Análisis de Conexidad Competitiva entre la Clase 3 de la solicitante y la Clase 25 de la marca registrada

Desde la perspectiva de la **razonabilidad**, es absolutamente plausible para el consumidor promedio asumir que los productos de cuidado personal y aseo (Clase 3: *Productos hidratantes para la piel de uso cosmético; champús en seco; jabones; cosméticos*) y las prendas de vestir o accesorios de abrigo (Clase 25: *chales, cuellos, bufandas, guantes, gorros, sacos, medias, prendas para vestir*) provienen de un mismo empresario o grupo económico, en atención a la realidad del mercado. Las grandes marcas de moda, vestuario y accesorios (Clase 25) tienen la estrategia de diversificar sus líneas de productos bajo la misma marca, incluyendo frecuentemente colecciones de perfumería, cosméticos y productos de tocador (Clase 3), para ofrecer un concepto de estilo de vida unificado. Por consiguiente, el consumidor razonable concluiría que la marca que ofrece *sacos y bufandas* (TEJIDOS ARIZA) también ofrece *cosméticos y jabones* (ARIZA NATURE) como extensión natural de su portafolio de belleza y cuidado personal.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el Literal a) del Artículo 136 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 **ARIZA NATURE** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por el señor **JUAN SEBASTIÁN PÉREZ SÁNCHEZ** y la señora **SOFÍA ARISTIZABAL NARANJO**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución al señor **JUAN SEBASTIÁN PÉREZ**

⁸ 3: Productos hidratantes para la piel de uso cosmético; champús en seco*; jabones*; cosméticos.

Resolución N° 99574

Ref. Expediente N° SD2025/0037660

SÁNCHEZ y a la señora **SOFÍA ARISTIZABAL NARANJO**, solicitantes del registro marcario, entregándoles copia de la misma y advirtiéndoles 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 27 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS