

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 451

Ref. Expediente N° SD2025/0086373

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 27 de agosto de 2025, CERAMICA ITALIA S.A., solicitó el registro de la Marca NATURAL TOUCH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 19 y 27 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, 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 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:

¹ **19:** Azulejos de cerámica esmaltada; azulejos de cerámica para paredes; azulejos de cerámica para revestir paredes; azulejos y baldosas de cerámica para paredes, pisos y techos; azulejos y baldosas de cerámica para paredes, suelos y techos; baldosas de cerámica; baldosas de cerámica esmaltada; baldosas de cerámica para suelos; baldosas de cerámica para suelos y fachadas; baldosas de cerámica para suelos y revestimientos; baldosas de cerámica para suelos y revestimientos embaldosados; baldosas y azulejos de cerámica; losas de cerámica; azulejos no metálicos para la construcción; azulejos no metálicos para revestir paredes para la construcción; baldosas no metálicas para la construcción; chapados murales no metálicos para la construcción; losas no metálicas para la construcción; revestimientos interiores murales no metálicos para la construcción; revestimientos interiores no metálicos para la construcción; revestimientos no metálicos para la construcción; construcciones no metálicas; construcciones transportables no metálicas; materiales de construcción no metálicos; madera de construcción; mortero para la construcción; piedras de construcción; vidrio de construcción; elementos de construcción de concreto; elementos de construcción de hormigón; paneles no metálicos para la construcción; revestimientos no metálicos para la construcción; tubos rígidos no metálicos [construcción]; asfalto; pez; betún [material de construcción]; monumentos no metálicos.

27: Revestimientos de suelos; revestimientos de pisos; revestimientos murales; esteras [revestimientos]; revestimientos murales de papel; revestimientos murales de vinilo; revestimientos murales de materias textiles; revestimientos de papel para techos; revestimientos para paredes y techos; revestimientos de suelo de caucho; revestimientos de vinilo para pisos; revestimientos de vinilo para suelos; esteras de rompecabezas [revestimientos de suelos]; revestimientos de superficie dura para suelos; revestimientos de suelos para suelos existentes; revestimientos del suelo con propiedades aislantes; revestimientos de paredes de materias plásticas; antideslizantes para usar bajo los revestimientos del suelo; recubrimientos para suelos y revestimientos artificiales para superficies; revestimientos murales que no sean de materias textiles; papel pintado en forma de revestimiento mural decorativo adhesivo; revestimientos decorativos antideslizantes en forma de láminas para suelos.

Ref. Expediente N° SD2025/0086373

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. 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
Nominativa	NATURAL TOUCH	KAINDL MARKEN GmbH	11131184	9	20	Marca	Registrada	27 abr. 2032

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° SD2025/0086373

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
 Natural Touch	NATURAL TOUCH

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que entre los signos confrontados **NATURAL TOUCH** y **NATURAL TOUCH** existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente. En efecto, los signos son idénticos en el campo ideológico, al evocar exactamente la misma idea o concepto. Lo anterior, toda vez que tanto la marca solicitada como la previamente registrada integran dentro de su conjunto las expresiones “NATURAL” que refiere a “adj. Perteneciente o relativo a la naturaleza o conforme a la cualidad o propiedad de las cosas”⁴ junto al término en inglés “TOUCH”, que traducido significa “toque” y refiere a “*m. Acción de tocar algo, tentándolo, palpándolo o llegando inmediatamente a ello*”⁵ y ambos términos en su conjunto refiere al un “toque natural”, hecho que puede llevar al consumidor

⁴ <https://dle.rae.es/natural>

⁵ <https://dle.rae.es/toque>



Resolución N° 451

Ref. Expediente N° SD2025/0086373

a interpretar que posee un mismo origen empresarial cuya variación radica simplemente en la adición de un arte particular, hecho a todas luces contrario a la realidad.

A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de estas. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

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 y/o servicios 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 y/o servicios⁶.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 19: Azulejos de cerámica esmaltada; azulejos de cerámica para paredes; azulejos de cerámica para revestir paredes; azulejos y baldosas de cerámica para paredes, pisos y techos; azulejos y baldosas de cerámica para paredes, suelos y techos; baldosas de cerámica; baldosas de cerámica esmaltada; baldosas de cerámica para suelos; baldosas de cerámica para suelos y fachadas; baldosas de cerámica para suelos y revestimientos; baldosas de cerámica para suelos y revestimientos embaldosados; baldosas y azulejos de cerámica; losas de cerámica; azulejos no metálicos para la construcción; azulejos no metálicos para revestir paredes para la construcción; baldosas no metálicas para la construcción; chapados murales no metálicos para la construcción; losas no metálicas para la construcción; revestimientos interiores murales no metálicos para la construcción; revestimientos interiores no metálicos para la construcción; revestimientos no metálicos para la construcción; construcciones no metálicas; construcciones transportables no metálicas; materiales de construcción no metálicos; madera de construcción; mortero para la construcción; piedras de construcción; vidrio de construcción; elementos de construcción de concreto; elementos de construcción de hormigón; paneles no metálicos para la construcción; revestimientos no metálicos para la construcción; tubos rígidos no metálicos [construcción]; asfalto; pez; betún [material de construcción]; monumentos no metálicos.

Clase 27: Revestimientos de suelos; revestimientos de pisos; revestimientos murales; esteras [revestimientos]; revestimientos murales de papel; revestimientos murales de

⁶ 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.

Resolución N° 451

Ref. Expediente N° SD2025/0086373

vinilo; revestimientos murales de materias textiles; revestimientos de papel para techos; revestimientos para paredes y techos; revestimientos de suelo de caucho; revestimientos de vinilo para pisos; revestimientos de vinilo para suelos; esteras de rompecabezas [revestimientos de suelos]; revestimientos de superficie dura para suelos; revestimientos de suelos para suelos existentes; revestimientos del suelo con propiedades aislantes; revestimientos de paredes de materias plásticas; antideslizantes para usar bajo los revestimientos del suelo; recubrimientos para suelos y revestimientos artificiales para superficies; revestimientos murales que no sean de materias textiles; papel pintado en forma de revestimiento mural decorativo adhesivo; revestimientos decorativos antideslizantes en forma de láminas para suelos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Producto
------------	----------

11131184	Clase 20: Muebles para la cocina, muebles para cocinas integrales, muebles en madera para la cocina, espejos, marcos; productos no comprendidos en otras clases de madera, corcho, junco, mimbre, cuerno, marfil, concha, ambar, nacar, sucedaneos de todas estas materias o de materias plásticas.
----------	--

Conexión competitiva entre productos de las clases 19 y 27 internacional y los productos de la clase 20 internacional. Criterio de Razonabilidad

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe conexión competitiva bajo el criterio de razonabilidad, en la medida en que ambos identifican productos relacionados con artículos para el hogar, las oficinas, la decoración y la construcción, por ende, poseen una misma naturaleza destinada al mejoramiento de espacios, ello quiere decir que comparten naturaleza y destinación, así mismo, es habitual que los bienes en mención compartan iguales canales de comercialización bajo precios y ofertas similares, por ende, es dado pensar que las marcas objeto de cotejo marcario pueden llegar a generar riesgo de confusión y/o asociación en los consumidores quienes, al ver las similitudes conceptuales, sumado a la cobertura de los signos crean erróneamente que pertenecen a líneas de productos de un mismo empresario.

En este sentido la decisión de la administración debe ir de la mano con los intereses de los consumidores y distintos actores en el mercado, pues tiene la obligación de evitar que el consumidor asocie a un mismo origen un producto en cabeza de titulares distintos y, a su vez, frente a la protección del libre mercado, existe el deber de impedir que un tercero saque provecho sobre la base de la actividad comercial ajena.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) 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 NATURAL TOUCH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 19 de la Clasificación Internacional de Niza⁷,

⁷ 19: Azulejos de cerámica esmaltada; azulejos de cerámica para paredes; azulejos de cerámica para revestir paredes; azulejos y baldosas de cerámica para paredes, pisos y techos; azulejos y baldosas de cerámica para paredes, suelos y techos; baldosas de cerámica; baldosas de cerámica esmaltada; baldosas de cerámica para suelos; baldosas de cerámica para suelos y fachadas; baldosas de cerámica para suelos y revestimientos; baldosas de cerámica para suelos y revestimientos embaldosados; baldosas y azulejos de cerámica; losas de cerámica; azulejos no metálicos para la construcción; azulejos no metálicos para revestir paredes para la construcción; baldosas no metálicas para la construcción; chapados murales no metálicos para la construcción; losas no metálicas



Resolución N° 451

Ref. Expediente N° SD2025/0086373

solicitada por CERAMICA ITALIA S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca NATURAL TOUCH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 27 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por CERAMICA ITALIA S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a CERAMICA ITALIA S.A., 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 2 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

para la construcción; revestimientos interiores murales no metálicos para la construcción; revestimientos interiores no metálicos para la construcción; revestimientos no metálicos para la construcción; construcciones no metálicas; construcciones transportables no metálicas; materiales de construcción no metálicos; madera de construcción; mortero para la construcción; piedras de construcción; vidrio de construcción; elementos de construcción de concreto; elementos de construcción de hormigón; paneles no metálicos para la construcción; revestimientos no metálicos para la construcción; tubos rígidos no metálicos [construcción]; asfalto; pez; betún [material de construcción]; monumentos no metálicos.

⁸ 27: Revestimientos de suelos; revestimientos de pisos; revestimientos murales; esteras [revestimientos]; revestimientos murales de papel; revestimientos murales de vinilo; revestimientos murales de materias textiles; revestimientos de papel para techos; revestimientos para paredes y techos; revestimientos de suelo de caucho; revestimientos de vinilo para pisos; revestimientos de vinilo para suelos; esteras de rompecabezas [revestimientos de suelos]; revestimientos de superficie dura para suelos; revestimientos de suelos para suelos existentes; revestimientos del suelo con propiedades aislantes; revestimientos de paredes de materias plásticas; antideslizantes para usar bajo los revestimientos del suelo; recubrimientos para suelos y revestimientos artificiales para superficies; revestimientos murales que no sean de materias textiles; papel pintado en forma de revestimiento mural decorativo adhesivo; revestimientos decorativos antideslizantes en forma de láminas para suelos.

