

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 92563

Ref. Expediente N° SD2025/0038471

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 25 de abril de 2025, ROBERTO LEON OCHOA GOMEZ, solicitó el registro del Marca tu +kota el amigo fiel (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066, 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:

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.

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,

¹ 35: Servicios de tiendas minoristas en línea de productos alimenticios para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de limpieza para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de accesorios para mascotas; gestión de negocios comerciales y administración comercial en el sector de cuidado de animales domésticos, Servicios de gestión empresarial, servicios de tiendas mayoristas y tiendas minoristas de artículos relacionados con mascotas.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0038471

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 marcas previamente registradas

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	TEO +KOTAS	FARME LABORATORIO S.A.S.	SD2022/0003761	11	3, 5	Marca	Registrada	26/09/2032
Mixta	Paticas tu amigo fiel	Emilce Puerto Mora	SD2023/0115418	12	20	Marca	Registrada	30/09/2035
Mixta	DINKY Un amigo FIEL	DINKY PET S.A.S.	SD2017/0013515	11	3, 31	Marca	Registrada	23/08/2027
Mixta	+Cotas Club Accessories	LA CALI S.A.S	SD2019/0057148	11	18, 21, 31	Marca	Registrada	11/03/2030

•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° SD2025/0038471

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	   

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado TU+KOTA EL AMIGO FIEL (mixta) y las marcas registradas, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado presenta similitudes ortográficas y fonéticas respecto de las marcas previas TEO +KOTAS / +COTAS CLUB ACCESORIES toda vez que éste contiene el signo + seguidos de la secuencia de letras [CK]-O-T-A en la misma disposición ortográfica generando un impacto sonoro similar, sin que la adición de las



Ref. Expediente N° SD2025/0038471

expresiones EL AMIGO FIEL sean cambios suficientes que logren diferenciar los signos confrontados.

Adicionalmente, se observa que el signo solicitado presenta similitudes ortográficas y fonéticas respecto de las marcas previas PATICAS TU AMIGO FIEL / DINKY UN AMIGO FIEL toda vez que éste contiene las expresiones AMIGO FIEL generando un impacto sonoro similar, sin que la adición de las expresiones TU+KOTA EL sean cambios suficientes que logren diferenciar los signos confrontados.

En vista de ello, los consumidores podrían creer que el signo solicitado es una variación de la marca registrada cuando en realidad no es así.

Adicionalmente, a pesar que el signo solicitado sea de naturaleza mixta, es evidente que en el conjunto marcario predomina la parte nominativa del signo por cuanto se trata de una tipografía especial y la imagen de un animal caricaturizado que no es derrotero para diluir la semejanza con las marcas antecedentes.

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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

35: Servicios de tiendas minoristas en línea de productos alimenticios para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de limpieza para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de accesorios para mascotas; gestión de negocios comerciales y administración comercial en el sector de cuidado de animales domésticos, Servicios de gestión empresarial, servicios de tiendas mayoristas y tiendas minoristas de artículos relacionados con mascotas.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2022/0003761 Clase 3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no

⁴ 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° SD2025/0038471

medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

Clase 5: Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Expediente SD2023/0115418 Clase 20: Camas para mascotas y guacales.

Expediente SD2017/0013515 Clase 3: Cosméticos para animales; aceites y esencias cosméticas para animales, champús, jabones y talcos para animales; desodorantes para animales (productos de perfumería); eliminador de olores de animales de compañía; limpiadores para camas de animales; preparados para el cuidado dental de animales; preparados y productos para el cuidado de la piel de animales; productos de limpieza para jaulas de animales; productos para el baño de animales; productos para el cuidado y limpieza de animales; productos para eliminar el mal aliento de animales y productos para quitar manchas producidas por animales de compañía.

Clase 31: Alfalfa seca para animales, algarroBILLA (alimentos para animales), productos alimenticios para animales, alimentos a base de avena para animales, alimentos a base de cereales para animales, alimentos comestibles para que los animales mastiquen, alimentos con fosfato para alimentar animales, alimentos de base láctea para animales, alimentos en lata compuestos por carne para animales jóvenes, alimentos en lata o en conserva para animales, alimentos en piezas para animales, alimentos para animales a base de leche, alimentos para animales compuestos por heno curado al aire, derivados de heno, soja, con extractos botánicos, alimentos para animales en forma de gránulos, en forma de productos para masticar, alimentos para animales de compañía, granja, marinos, alimentos para animales que dan leche, alimento para destete de animales, alimentos y piensos para animales, animales acuáticos comestibles, animales de caza vivos, animales de compañía, bebidas para animales de compañía, animales de laboratorio vivos, animales de zoológico, arena aromática y lechos higiénicos para animales domésticos y de compañía, arroz natural destinado a pienso para animales, avena preparadas o procesadas para su consumo de animales, cacahuete, harina y tortas para animales, cama de animales hechas de silicato de calcio hidratado, productos para cebar animales, cebo para animales, cereales procesados para su consumo por animales, corteza para su uso como camas de animales, cultivos de conserva para piensos de animales, embriones animales, engorde de animales, extracto de levadura para su consumo por animales, extractos de malta para su consumo por animales, galletas para su consumo por animales, golosinas comestibles para animales, rabos procesados para su consumo por animales, harina de avena, cacahuete, maní, semillas oleaginosas para animales, huesos y palos comestibles para animales de compañía, leche para su uso como alimentos para animales, papel granulado para lechos de animales, productos para lechos de animales, lechos de paja para animales, legumbres, maíz, malta, harina de maní, tortas de harina de maní para animales, objetos comestibles para masticar, papel de arena para su uso en jaulas de animales, pastillas de levadura para su consumo por animales; piensos mezclados para animales, derivados de productos vegetales, frutos secos, sintéticos; proteínas de trigo para alimentos de animales, pulpa de almidón, salvado de arroz, semillas preparadas para su consumo por animales, tierra de fuller, virutas y madera para uso como camas de animales.

Expediente SD2019/0057148 Clase 18: ArneseS para animales; bolsos para transportar animales; collares para animales de compañía; collares para animales*; collares, correas

Ref. Expediente N° SD2025/0038471

y ropa para animales; correas para animales; mantas para animales; ropa para animales de compañía; abrigos para perros; botitas para perros; collares para perros; collares y correas para perros; correas para perros; objetos masticables de cuero crudo para perros; parkas para perros; ropa para perros.

Clase 21: Bandejas higiénicas para animales de compañía; cepillos para animales de compañía; comederos [platos] para animales de compañía; comederos para animales; comederos para animales pequeños; comederos dispensadores activados por contacto con el animal; cuencos de comida y bebida para animales domésticos; dispositivos alimentadores no mecanizados para animales; distribuidores electrónicos de alimentos para animales de compañía; jaulas para animales de compañía; peines para animales; recipientes de almacenamiento doméstico para comida de animales de compañía; tarros para recompensas alimenticias destinadas a animales domésticos; cajas higiénicas para gatos; filtros para lechos higiénicos de gatos; peceras de vidrio para peces de colores.

Clase 31: Alimentos para animales; alimentos para animales a base de leche; alimentos para animales de compañía; alimentos para animales que contienen extractos botánicos; arena aromática para lechos de animales de compañía; arena sanitaria para animales; bebidas para animales; bebidas para animales de compañía; fortificantes para la alimentación animal; golosinas comestibles para animales de compañía; granos para la alimentación animal; mezclas de alimentos para animales; objetos comestibles y masticables para animales; productos alimenticios y bebidas para animales; productos para la cría de animales; bebidas para perros; comida para perros; galletas para perros; golosinas comestibles para perros; huesos masticables y comestibles para perros; huesos masticables y fáciles de digerir para perros; objetos comestibles y masticables para perros; bebidas para gatos; comida para gatos; forros abrasivos para interior de cajas higiénicas para gatos; golosinas comestibles para gatos; alimentos para peces de colores; artemias para la alimentación de peces; comida para peces; peces de acuario.

Dada la cobertura de los signos enfrentados y en atención a los criterios de conexidad competitiva establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, especialmente a través de la IP 100 de 2018, considera esta Dirección que en el presente caso se configura el criterio de razonabilidad.

“Para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes res criterios sustanciales:

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 cereza también expende agua embotellada”.

Relación de servicios de la clase 35 con los productos de las clases 3, 5, 18, 20 y 31 servicios de la clase 35 internacional:

En concordancia con lo anterior, se encuentra que hay una relación de conexidad en virtud al criterio de razonabilidad entre los servicios identificados por el signo pretendido y los productos registrados.

Ref. Expediente N° SD2025/0038471

De acuerdo a la dinámica usual del mercado es normal que un mismo empresario se encargue de la producción en determinada industria de diferentes productos relacionados y por lo tanto, es posible que un empresario que presta a los consumidores servicios de *servicios de tiendas minoristas en línea de productos alimenticios para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de limpieza para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de accesorios para mascotas; gestión de negocios comerciales y administración comercial en el sector de cuidado de animales domésticos, Servicios de gestión empresarial, servicios de tiendas mayoristas y tiendas minoristas de artículos relacionados con mascotas*, puede igualmente dedicarse a la fabricación de los productos previamente registrados los cuales se refieren a los productos que están destinados a los animales y que están incluidos dentro de los servicios pretendidos.

En efecto, esta Dirección considera que la coincidencia entre los signos cotejados es relevante, generando una confusión indirecta pues el consumidor puede creer erradamente que los signos en conflicto distinguen productos y servicios que proceden del mismo empresario o que el signo solicitado es una variación de los registrados o viceversa.

Finalmente, teniendo en cuenta la similitud de los signos en cotejo y la conexidad competitiva existente entre los productos y servicios que éstos identifican, es dable afirmar que éstos se comercialicen y publiciten a través de los mismos canales y se pongan al alcance de los consumidores de la misma manera.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

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 tu +kota el amigo fiel (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por ROBERTO LEON OCHOA GOMEZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a ROBERTO LEON OCHOA GOMEZ, 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.

⁵ **35:** Servicios de tiendas minoristas en línea de productos alimenticios para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de limpieza para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos para mascotas; servicios de tiendas minoristas en línea de productos de accesorios para mascotas; gestión de negocios comerciales y administración comercial en el sector de cuidado de animales domésticos, Servicios de gestión empresarial, servicios de tiendas mayoristas y tiendas minoristas de artículos relacionados con mascotas.

Resolución N° 92563

Ref. Expediente N° SD2025/0038471

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 11 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS