

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 102422

Ref. Expediente N° SD2025/0051115

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 28 de mayo de 2025, veterinaria vida animal sas, solicitó el registro de la Marca veterinaria vida animal (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. 1073, 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 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. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ **35:** Servicios de venta al por menor de productos veterinarios; servicios de venta al por menor o al por mayor de medicamentos veterinarios; servicios de venta minorista y mayorista de alimentos y sustancias dietéticas adaptadas a un uso médico o veterinario; servicios de venta minorista y mayorista de productos higiénicos y sanitarios para uso médico, alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0051115

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	BËNTIÄ Laboratorio de Vida Animal	LABORATORIO CLINICO HEMATOLOGICO S.A.S.	SD2023/0044358	11	10, 31	Marca	Registrada	23 sept. 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

•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° SD2025/0051115

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados VETERINARIA VIDA ANIMAL y BËNTIÄ LABORATORIO DE VIDA ANIMAL son similarmente confundibles.

En el caso bajo examen se observa que, desde la perspectiva ortográfica, ambos signos reproducen de manera idéntica la expresión VIDA ANIMAL, la cual se encuentra incorporada en su totalidad en el signo antecedente y constituye, además, el elemento de mayor fuerza distintiva y recordación dentro de la denominación solicitada. Esta reproducción literal de los elementos que forman parte del signo previamente registrado resulta suficiente para generar un riesgo confusión en el mercado. Por otro lado, desde el plano fonético, la coincidencia en los fonemas que integran las palabras / VIDA ANIMAL / determina que, al ser pronunciadas de manera sucesiva, se produzca una cadencia sonora prácticamente equivalente, generando en el consumidor una impresión auditiva semejante. En cuanto al plano conceptual, debe destacarse que el lexema VIDA, alusivo a la existencia de los seres vivos, unido al morfema ANIMAL, que delimita su ámbito semántico hacia el reino animal, conforma una unidad de sentido que transmite al consumidor una misma idea o noción central. La identidad conceptual derivada de esta expresión refuerza la impresión de similitud ya advertida en los planos ortográfico y fonético, generando una coincidencia ideológica evidente que potencia el riesgo de confusión. En conclusión, la similitud ortográfica, fonética y conceptual propician el riesgo de confusión en el consumidor.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial de este. Si bien el signo solicitado es de naturaleza mixta y presenta una tipografía especial que reproduce la denominación del signo con un elemento gráfico en forma de huella y reivindicación de colores, estas características no resultan suficientes para diluir la semejanza con la marca antecedente. Adicionalmente, el término VETERINARIA resulta ser una expresión de uso común y conocida por el público consumidor, debido a que refiere productos reivindicados en la clase 35 internacional, específicamente relacionados con el ámbito animal, por lo que no resulta apropiable de manera exclusiva para adquirir productos y servicios en el mercado.

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 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

Ref. Expediente N° SD2025/0051115

conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 35: Servicios de venta al por menor de productos veterinarios; servicios de venta al por menor o al por mayor de medicamentos veterinarios; servicios de venta minorista y mayorista de alimentos y sustancias dietéticas adaptadas a un uso médico o veterinario; servicios de venta minorista y mayorista de productos higiénicos y sanitarios para uso médico, alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Productos y servicios
------------	-----------------------

SD2023/0044358 Clase 10: Aparatos de rayos x para uso veterinario; aparatos de ultrasonido para uso veterinario; aparatos e instrumentos veterinarios; bolsas de extracción de sangre para uso veterinario; collares isabelinos para uso veterinario; electrocardiógrafos para uso veterinario; guantes para uso veterinario; instrumental de castración para uso veterinario; láseres para uso veterinario; prendas terapéuticas para animales; ruedas para animales de compañía [aparatos de ayuda a la movilidad].

Clase 31: Alimentos para animales; arena higiénica para animales; camas y lechos higiénicos para animales; fortificantes para la alimentación animal; galletas para animales; golosinas comestibles para animales de compañía; granos para la alimentación animal; lechos para animales; objetos comestibles y masticables para animales.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 10 y servicios de la clase 35 internacional. Principio de Razonabilidad

Aun cuando se trata de productos y servicios que en virtud de la Clasificación internacional de Niza no se encuentran en el mismo numeral, no puede desconocerse que ambos pertenecen a un mismo género, puesto que los servicios reivindicados en la marca solicitada consisten en la comercialización de productos veterinarios, médicos, higiénicos y dietéticos, dentro de los cuales se encuentran los aparatos, instrumentos y dispositivos veterinarios identificados con la marca antecedente. En tal escenario, el consumidor podría razonablemente entender que el empresario dedicado a diversos aparatos veterinarios ha incursionado en la prestación de servicios de venta minorista y mayorista dentro del mismo sector. Esta circunstancia puede inducir razonablemente al consumidor

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° SD2025/0051115

a considerar que dichos productos y servicios provienen de una misma fuente empresarial, generando así un riesgo de asociación en el mercado.

Adicionalmente, existe la posibilidad de que el consumidor vincule los productos veterinarios con los servicios de venta minorista y mayorista de productos veterinarios y médicos cuando ambos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales. Ello ocurre no solo en medios de difusión masiva, sino también en catálogos, plataformas digitales, campañas comerciales y promociones que suelen integrar la oferta de productos veterinarios con los servicios de venta de los mismos, lo cual estrecha la posibilidad de que el consumidor asocie erróneamente el origen empresarial los productos y servicios reivindicados.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 31 y servicios de la clase 35 internacional. Principio de Razonabilidad

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es plenamente posible que los productos alimenticios e higiénicos para animales sean ofrecidos por el mismo empresario que presta los servicios de venta minorista y mayorista de alimentos, sustancias dietéticas y productos higiénicos para uso veterinario, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales del mercado, máxime cuando se trata de configuraciones claramente semejantes en cuanto a su finalidad y público consumidor. En consecuencia, los consumidores podrían inferir razonablemente que los productos y servicios son proporcionados por un mismo empresario, lo cual no corresponde con la realidad.

Aunado a lo anterior y dado el tipo de establecimientos en los que se ponen a disposición tanto los productos, como los servicios reivindicados, así como la forma en que se ofrecen al consumidor mediante los mismos canales de comercialización, como tiendas veterinarias, pet shops, clínicas veterinarias y plataformas de comercio electrónico, resulta claro que existe una relación directa entre ellos, pudiendo el consumidor asumir equivocadamente que en ambos casos se encuentra frente a un único origen empresarial.

Finalmente, al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados⁵”.

En este orden de ideas, al aplicar la teoría antes mencionada (interdependencia), que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos y servicios, lo cual no se da en el presente caso.

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

⁵ STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso: “Lloyd”, BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475).

Resolución N° 102422

Ref. Expediente N° SD2025/0051115

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 veterinaria vida animal (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por veterinaria vida animal sas, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a veterinaria vida animal sas, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado 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 4 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ **35:** Servicios de venta al por menor de productos veterinarios; servicios de venta al por menor o al por mayor de medicamentos veterinarios; servicios de venta minorista y mayorista de alimentos y sustancias dietéticas adaptadas a un uso médico o veterinario; servicios de venta minorista y mayorista de productos higiénicos y sanitarios para uso médico, alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario.