

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 105980

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 27 de febrero de 2025, **GANADERIA OSSA VIVARES S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **OV** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 5, 35 y 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062 del 27 de marzo de 2025, **MU MECANICOS UNIDOS S.A.S** presentó oposición el 09 de mayo de 2025 con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 del 2000.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

*El signo **OV** (Mixto), está incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, por ser similarmente confundible con la marca previamente registrada por mi representada; en consecuencia, no podrá ser concedido el registro de la marca pretendida.*

(...)

A continuación, se evidenciará que existen similitudes gráficas en grado de confusión entre los signos, y conexión competitiva entre los productos y servicios que identifican, por lo que, no podrá permitirse el registro de la marca solicitada, en tanto se encuentra inmersa en la causal de irregistrabilidad anteriormente señalada.

(...)

En el presente caso, si bien la marca solicitada está conformada por dos letras, a saber: "O" y "V", el diseño gráfico genera un efecto visual que puede interpretarse como una "V" contenida dentro de un círculo, como sucede con las marcas previamente registradas. En este sentido, el signo solicitado incorpora en su totalidad el elemento gráfico y nominativo de las marcas previamente registradas.

(...)

Ahora, de conformidad con la jurisprudencia Andina, la similitud gráfica se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan. Veamos entonces como entre las marcas cotejadas es clara la similitud desde el punto de vista gráfico, para ello se tendrán en cuenta los trazos que conforman los signos:

¹ 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, complementos alimenticios para personas o animales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

35: Gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

44: Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

Criterio	Signo Solicitado	Signos Opositores
		
Elementos alrededor	Las letras "O" y "V" se encuentran entrelazadas, generando un efecto visual en el que la letra "V" parece estar contenida dentro de un círculo.	La letra "V" se encuentra contenida dentro de un círculo.
Trazado y forma	- Las letras "O" y "V" se encuentran entrelazadas, predominando la "V" sobre la "O", la cual genera un efecto de círculo. - La letra "O" funciona como un círculo. - La letra "V" presenta un trazo más grueso en su lado izquierdo, y en la parte superior posee dos "brazos", lo que le da una apariencia asimétrica.	- Un círculo rodea la letra "V". - La letra "V" presenta un trazo más grueso en su lado izquierdo, y en la parte superior posee dos "brazos", lo que le da una apariencia asimétrica.
Tipografía	Estilo elegante y moderno	Estilo elegante y moderno
Colores	- La letra "V" y la letra "O" que hace las veces de un círculo, se encuentran en un color borgoña o vino tinto. Este color, es una tonalidad de rojo intenso. - El interior de la "O" que hace las veces de círculo, es de color blanco.	- La letra "V" es de color blanco. - El interior del círculo es de color rojo. - El círculo es de color negro.

Del análisis comparativo se evidencia una marcada similitud gráfica entre el signo solicitado y los signos opositores. Ambos comparten una estructura casi idéntica, en la cual la letra "V" está contenida dentro de un círculo, ya sea de manera explícita, o por un efecto visual ocasionado. El trazado de la "V" es prácticamente idéntico en ambos casos, con un trazo más grueso en su lado izquierdo y dos "brazos" en la parte superior, creando una apariencia asimétrica. Además, ambos emplean una tipografía elegante y moderna, lo que refuerza la unidad en su estilo.

Si bien los colores son diferentes, el color borgoña o vino tinto del signo solicitado, al formar parte de una gama de tonos rojos, guarda una estrecha relación con el rojo presente en los signos opositores. Además, la "V" blanca de los signos registrados y el fondo blanco del signo solicitado generan un contraste visual similar.

(...)
La marca solicitada OV (Mixta), incluye la letra "V" desde los puntos de vista gráfico, ortográfico y fonético, la cual conforma la totalidad de las marcas previamente registradas V (Mixtas), aumentándose el riesgo de confusión en el consumidor, quien creerá que, el empresario MU MECANICOS UNIDOS S.A.S. está incluyendo una nuevo signo, puesto que, la marca OV (Mixta) contiene el elemento común "V", que, como se detalló en el numeral anterior, presenta grandes similitudes gráficas con los signos registrados. En este contexto, la adición de la letra "O" no aporta un grado relevante de distintividad que permita diferenciar claramente los signos en conflicto, pues como también se demostró, al encontrarse la "V" dentro de la "O", se genera un efecto visual que muestra la letra "V" dentro de un círculo, como ocurre con las marcas de mi representada.

(...)
Teniendo en cuenta lo anterior, resultaría inviable el registro del signo OV (Mixto), toda vez que, identifica en la clase 35 "gestión de negocios comerciales; administración comercial", los cuales son intercambiables con los siguientes servicios identificados por las marcas opositoras: servicios de gestión comercial de licencias de productos y servicios de terceros; gestión de información comercial; gestión y consultoría comercial; servicios de información, asesoramiento y consultoría en gestión de negocios; asesoramiento y administración comercial; procesamiento administrativo de compras; servicios de pedidos de compra; preparación de transacción comerciales para terceros; entre otros.



Ref. Expediente N° SD2025/0016860

(...)

Por otro lado, los servicios de “gestión de negocios comerciales; administración comercial” que pretende identificar la marca solicitada, son complementarios a los servicios como comercialización de productos y compra de productos y servicios para terceros, identificados por las marcas de mi representada en la clase 35, así como a los productos que identifican estas marcas en las clases 7, 11 y 21.

(...)

Lo anterior, por cuanto la gestión y administración comercial son esenciales para la planificación y ejecución de los procesos de comercialización y adquisición de productos. Además, los servicios de gestión y administración comercial suelen ser prestados por las mismas empresas que fabrican y/o comercializan productos de las clases 7, 11 y 21, pues es común que un mismo empresario ofrezca tanto los productos, como los servicios que permiten su promoción, venta y distribución.

*Por lo anteriormente expuesto, un consumidor medio podría asumir como razonable que los servicios que pretende identificar la marca pretendida, **prOV**ienen del mismo empresario titular de los signos V (Mixtos), quien ofrece servicios y productos que, como se demostró, son intercambiables y complementarios, por lo que, es claro el riesgo de asociación y por tanto de confusión para el consumidor.*

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **GANADERIA OSSA VIVARES S.A.S.**, dio respuesta a la oposición presentada argumentando lo siguiente:

Es importante tener en cuenta que cuando una de las palabras o denominaciones es de uso común, el examinador deberá obviarla y emprender el estudio de registrabilidad atendiendo a las demás denominaciones.

Las palabras o partículas de uso común al estar combinadas con otras pueden generar signos completamente distintivos, caso en el cual se puede proceder a su registro. En este último caso, el titular de dicha marca no puede impedir que las expresiones de uso común puedan ser utilizadas por los otros empresarios.

(...)

Para el caso que nos ocupa, encontramos según lo expuesto que la marca opositora es una marca débil, porque tiene una fuerza limitada de diferenciación, ya que su única denominación es la letra “V”, denominación que resulta de uso común o genérica.

Así las cosas, resulta imposible pretender que su titular quiera o pueda obstruir con su registro, el proceso de registro de marca de otros signos distintivos, señalando la utilización de “su letra”, como lo hace con el nuestro “OV” dado que ésta, se visualiza en millones de palabras del idioma español.

(...)

Es importante tener en cuenta que la composición del signo solicitado está dado por dos letras que pronunciadas se transforman a tres, mientras que la registrada está dada sólo por una letra, cuya pronunciación de vuelve en dos. Situación que conlleva a que la sílaba tónica sea diferente y distante en la mente de los consumidores. Es evidente entonces que existe una diferenciación desde el ámbito fonético entre las raíces del signo distintivo solicitado y la marca registrada logrando con ello una diferenciación entre ambas y eliminando cualquier obstáculo para una pacífica coexistencia en el mercado.

(...)

La longitud de la denominación solicitada es más extensa que la registrada

Existen 0 similitudes y 2 discordancias a nivel general.

Existen 0 similitudes y 1 discordancias a nivel vocálico.

En la comparación realizada entre los signos confrontados encontramos que existen entre ellas más discordancias que similitudes, situación que desvirtúa el riesgo de confusión del consumidor medio y permite, por lo tanto, una sana convivencia en el mercado.

(...)

Para el caso concreto puede establecerse entonces que, el signo solicitado es una elaboración propia del ingenio de su titular y, por ende, se le debe considerar como

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

una denominación de fantasía o caprichosa, toda vez que carece de connotación conceptual o significado idiomático, lo anterior conlleva a señalar que tiene un alto poder distintivo, ya que es una creación de un vocablo que puede o no tener significado por sí mismo, pues lo adquiere cuando se asocia a una idea.
(...)

	SOLICITADA	OPOSITORA
Naturaleza Gráfica		
Elemento Nominativo	→ Esta compuesta por la denominación “OV”. → Utiliza relleno y sombras en su estructura. → Las letras no están delineadas.	→ Esta compuesta por la denominación “V”. → No utiliza relleno ni sombras en su estructura. → La letra está delineada con un contorno negro.
Elemento Figurativo	→ La letra “V” se encuentra por dentro y por fuera de la letra “O”. → Con las iluminaciones de las sombras y rellenos, se logra un poco distorcionar el sentido de las letras, creando una imagen nueva e innovadora para el consumidor.	→ Se visualiza una letra “V” encerrada en un círculo. → Desde la base de la letra “V” crecen a ambos lados una enredadera con seis (6) hojas a ambos lados. → La circunferencia del círculo es gruesa y encierra un fondo rojo, encima de ello, la enredadera de hojas y en luego la letra “V”.
	→ Es un símbolo utilizado para marcar el ganado de la Ganadería.	
Color	Hex: #71152c	Rojo, blanco y negro.

Como puede observarse, el signo distintivo solicitado OV (Mixta) fue creado a partir de un diseño único y particular proveído de su titular, resultando totalmente diferenciador a la marca registrada V (Mixta) desde su impacto visual en el mercado, eliminando así cualquier riesgo de confusión en la mente del consumidor.
(...)

Los signos distintivos prestan productos y servicios distantes y diferentes, por una parte el solicitado brinda servicios de ganadería y comercialización de pajillas, mientras que el registrado, brinda servicios de mercadeo y gestión comercial y vende productos electrónicos.

Por otra parte, existe ya un público que asocia los productos y servicios que brinda OV (Mixta), por lo tanto, la negación del presente registro de marca afectaría grave e injustamente la capacidad de la empresaria de competir en el mercado.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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:



Ref. Expediente N° SD2025/0016860

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 marcas previamente registradas

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.

Resolución N° 105980

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	V	MU MECANICOS UNIDOS S.A.S	SD2021/0061671	11	7, 11, 21, 35, 38	Marca	Registrada	14 dic. 2031
Mixta	V	MU MECANICOS UNIDOS S.A.S	09075792	9	21	Marca	Registrada	28 ene. 2030
Mixta	V	MU MECANICOS UNIDOS S.A.S	09075795	9	7	Marca	Registrada	28 ene. 2030
Mixta	V	MU MECANICOS UNIDOS S.A.S	SD2022/0109845	11	7, 11, 21	Marca	Registrada	01 jun. 2033

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	Fecha de Radicación Vigencia
Mixta	OV	CRISTIAN GIRALDO DUQUE	SD2019/0080725	11	9, 35	Marca	Registrada	09 jun. 2030
Mixta	OV	ORTHO VAC INDUSTRIA Y COMERCIO LIMITADA	SD2024/0083001	12	10	Marca	Bajo Examen de Fondo	11 ago. 2024
Nominativa	O. B.	Kenvue Germany GmbH	923170373	7	3	Marca	Registrada	20 feb. 2035
Nominativa	O. B.	Kenvue Germany GmbH	92070865A	7	5	Marca	Registrada	20 feb. 2035

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
 OV	  V, V, V, V



Ref. Expediente N° SD2025/0016860

Antecedentes
  O.B. O.B.

Jurisprudencia

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

“(i) 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.

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*



Ref. Expediente N° SD2025/0016860

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

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) 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”.⁴

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro”.⁵

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Prevalencia del elemento nominativo

Volviendo al cotejo de los signos a comparar, tal como se dijo anteriormente, si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las siguientes reglas de comparación para signos nominativos:

“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.

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

⁵ Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁶

Comparación ente signos mixtos y nominativos

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado en repetidas ocasiones en relación con las reglas de comparación entre los signos mixtos y denominativos; para ello establece la importancia de identificar el elemento que prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, en cuanto a la marca mixta se refiere, si el denominativo o el gráfico.

Si de la marca mixta predomina el elemento gráfico sobre el denominativo, en principio no habría confusión entre las marcas, pudiendo coexistir en el mercado, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión. Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de acuerdo con las reglas para la comparación entre signos denominativos.⁷

En este punto es importante hacer hincapié frente a la protección integral de la marca mixta, pues esta *“es una unidad, en la cual se ha solicitado tanto 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”*.⁸

El Tribunal ha reiterado 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”*.⁹

Volviendo al cotejo de los signos a comparar, tal como se dijo anteriormente, si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

“(i) 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.

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 127-IP-2016

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.

⁹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26 de 1998.

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.

- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.

- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.

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

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) 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”.¹⁰

Análisis comparativo frente marcas opositoras V

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado a registro, se tiene que este es de naturaleza mixta, compuesto por un monograma estilizado de color vino tinto que integra las letras “V” y “O”: la “O” es un círculo abierto en la parte superior derecha y la “V” se superpone dentro del círculo, prolongándose hacia abajo en un vértice agudo.

Por su parte, las marcas opositoras son de naturaleza mixta, compuestas por un círculo rojo con borde negro dentro del cual se destaca una letra “V” blanca y gruesa en el centro; alrededor de la letra, en el fondo rojo, se observa un diseño sutil de guirnalda o corona de hojas.

Del escrito de oposición presentando es posible determinar que la parte fundamenta su inconformidad en la posible confundibilidad entre los signos, por el uso de la letra V, como elemento principal dentro de la configuración de los signos. Al respecto, en comparación de signos con este tipo de similitudes, el Tribunal de la Comunidad Andina, ha manifestado lo siguiente:

El Tribunal Andino de Justicia hace suya la afirmación de Bertone, quien señala que entre las marcas figurativas corresponde colocar las combinaciones de letras y números por su dibujo especial¹¹, e indica que la distintividad de los signos consistentes en letras y números debe ser determinada por su aspecto gráfico o figurativo. Y al referirse a las marcas débiles, citando a los tratadistas Otamendi y Bertone, el Tribunal ha manifestado que el cotejo de marcas débiles debe hacerse con criterio benevolente, y que este tipo de marcas se encuentran solamente protegidas contra la imitación total.¹² (subrayas fuera del texto)

¹⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

¹¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 88-IP-04

¹² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 72-IP-2003

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

Así las cosas, el hecho de que los signos en comparación coincidan en el uso de la letra V no puede ser precepto de negación, máxime si se tiene en cuenta lo siguiente:

“Una letra o un número no pueden ser monopolizados, son irregistrables por sí mismos. Es protegible como marca el dibujo característico que se le dé a la letra o al número. Se ha dicho con razón, que ‘la protección de la marca no se extiende al fonema que representa la letra...’

Las marcas formadas por una letra o por un número, han sido calificadas (...) como marcas débiles, ya que tienen que soportar la coexistencia de otras marcas formadas por la misma letra o número.”¹³

En relación con las marcas conformadas por una letra, esta Dirección ha manifestado que el derecho de exclusividad no recae sobre la letra misma, sino sobre el diseño que se aplica a la letra. En ese orden, no es posible que un competidor del mercado pueda adjudicarse para sí el derecho exclusivo sobre el uso de una letra, pero sí puede ejercer el derecho de uso exclusivo sobre el diseño aplicado a la letra usada como elemento distintivo de sus productos o servicios en el mercado.

En este punto es necesario aclarar que las letras y números individualmente pueden ser susceptibles de registro como marcas mixtas, caso en el cual se adquiere el privilegio exclusivo sobre el conjunto resultante característico que se ha logrado de la combinación del elemento nominativo con otros. Asimismo, debe señalarse que en tanto una letra del alfabeto es un recurso escaso en virtud de su número reducido, debe procederse con extrema cautela para evitar otorgarse la exclusividad sobre ella, debiéndose procurar mantener el libre uso por parte de todos los competidores y evitar su apropiación.

Finalmente, teniendo en cuenta lo expuesto en líneas anteriores respecto de las marcas compuestas por letras, dada la libertad en su uso, y a su vez su falta de exclusividad no es posible fundamentar un escrito de oposición en el hecho de compartir el mismo concepto al coincidir en el uso de la misma letra, motivo por el cual existen otros registros que contienen la misma letra en su conformación y coexisten de manera pacífica.

En tal sentido, al no existir similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Análisis comparativo frente a las marcas halladas de oficio

Frente a la marca OV SD2019/0080725

La marca hallada de oficio es de naturaleza mixta, compuesta por la representación gráfica de las letras “OV” en letras negras con bordes redondeados.

Se debe señalar que el elemento nominativo de los signos bajo análisis es el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos protegidos con tales signos, dado que el elemento denominativo es el que tiene un grado de recordación más alto en la mente de consumidor y puede ser asociado a los productos que identifica, en mayor medida que el elemento gráfico. Así las cosas, corresponde realizar el estudio de conformidad con las reglas de cotejo para signos nominativos.

¹³ OTAMENDI, Jorge. Derecho de Marcas, Tercera edición –Abeledo –Perrot, Buenos Aires (1999). Pág. 51

Resolución N° 105980

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

En este orden de ideas, esta Dirección observa que el elemento nominativo de los signos cotejados es idéntico (OV/OV) por lo cual no se requiere mayor análisis para determinar el riesgo de confusión existente.

“La comparabilidad entre marcas idénticas no requiere reglas distintas del cotejo, comparación simple y confrontación visual de dos signos idénticos para derivar de ellos el gravísimo riesgo de confusión, sin necesidad de acudir a métodos sofisticados, a elucubraciones mayores o a una elaboración del pensamiento o del raciocinio. Hasta en las pruebas más elementales de comprensión y asociación de ideas, que practican a los niños, basta con que ellos vean imágenes iguales para deducir de ellas una identidad determinada”. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 21-IP-96, G.O. 318 de enero 26 de 1998. Citada en proceso 59-IP-2000, el primero de septiembre del año 2000, relativo a la marca MAX MARA).

Cabe precisar que, si bien es cierto que entre los signos cotejados existen obvias diferencias visuales entre sus elementos gráficos, que no se pueden desconocer, la latente identidad entre sus elementos nominativos es tal que impide el registro del signo solicitado, debido a que, en primera instancia el elemento nominativo es el que tiene un grado de recordación más alto en la mente de consumidor que el elemento gráfico, por lo que el consumidor utilizará las palabras para identificar y solicitar los servicios en el mercado, y en segunda instancia, la variación en el elemento gráfico pero la permanencia en la similitud del elemento nominativo podría conducir al consumidor a la errónea interpretación de que se trata de una nueva imagen de la marca que ya conoce o de una nueva línea de productos o servicios.

Todo ello implicaría que el consumidor promedio no tendría la capacidad de distinguir entre uno y otro signo, o bien podría generar que los consumidores creen que están adquiriendo productos o servicios que comparten el mismo origen empresarial, y por ende, las mismas características, cuando en realidad se trata de empresarios distintos. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto de su procedencia empresarial.

Dicho sea de paso, se debe recalcar que es deber de esta Dirección el velar por los derechos de propiedad industrial legalmente concedidos, es imperativo impedir la vulgarización de las marcas que se encuentran registradas y vigentes, lo cual puede darse, entre otros, cuando se permite el registro de signos confundibles con marcas registradas y que identifican servicios o productos relacionados, bajo la excusa de tener algún elemento adicional de cualquier tipo. De ser de recibo tal táctica se estaría dando cabida a que terceros se apropiaran de marcas registradas, bajo el falaz argumento de que la inclusión de nuevos elementos en el signo solicitado despierta una impresión de conjunto diferente a la de la marca unitaria. Adicional a lo anterior, se induciría al consumidor a error, quien puede llegar a considerar que la marca solicitada se constituye en una variación y/o innovación de la marca previamente registrada.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Frente a la marca OV SD2024/0083001

Aclaración previa

Si bien el signo hallado de oficio OV (Mixto) fue negado en primera instancia por parte de esta Dirección, el mismo no cuenta con una decisión plenamente ejecutoriada al ser

Resolución N° 105980

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

apeladas la decisión de negación, por lo que es válido para objetar la registrabilidad del signo objeto de estudio como quiera que fuera solicitado en un tiempo anterior.

Así la Decisión 486 de 2000 establece que para que sea procedente el estudio de registrabilidad del artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de 2000 el signo solicitado, “este debe ser idéntico o que se asemeje, 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”.

El signo hallado de oficio es de naturaleza mixta, compuesto por la representación de las letras OV donde la letra O contiene la totalidad de la letra V.

Dando aplicación a las reglas y criterios anteriormente descritos, esta Dirección encuentra que el signo solicitado a registro reproduce la totalidad del elemento nominativo del signo previamente solicitado, sin que las diferencias gráficas que poseen les otorguen la suficiente diferenciación entre sí.

Frente a las marcas O.B. Expedientes 923170373, 92070865A

Esta Dirección observa que el elemento nominativo OV / OB, de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y/o servicios protegidos con estas marcas.

Así las cosas, examinados los signos en su conjunto de forma sucesiva y no simultánea, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, por cuanto la marca solicitada imita las marcas previamente registradas, lo que se aprecia en la coincidencia en sus cadenas vocálicas y consonánticas (OV / OB), sin que el cambio de la letra V por la B, sean suficientes para diferenciarlos en el mercado.

Por otra parte, esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro idéntico, en razón a la disposición de los grafemas utilizados, toda vez que se trata de letras que al ser articuladas emiten el mismo sonido.

Y pese a que el signo solicitado se escribe en una tipografía especial, dicha modificación es accesoria y no logra mitigar el riesgo de confusión latente entre los signos analizados.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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, complementos alimenticios para personas o animales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

35: Gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

44: Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.

Los signos confrontados identifican:

Expediente

Productos y servicios

SD2019/0080725

(9): Carcasas de ordenadores; carcasas para organizadores personales digitales [pda]; carcasas de protección para tabletas; carcasas de protección para teléfonos inteligentes; carcasas para tabletas electrónicas; carcasas para teléfonos inteligentes; anillos inteligentes; brazos extensibles para autofotos utilizados como accesorios de teléfonos inteligentes; cascos inalámbricos para teléfonos inteligentes; estaciones de acoplamiento para teléfonos inteligentes; estuches de protección para teléfonos inteligentes; estuches para teléfonos inteligentes; gafas inteligentes; lectores de tarjetas inteligentes; películas de protección para teléfonos inteligentes [smartphones]; relojes inteligentes; relojes que comunican datos a teléfonos inteligentes; tarjetas inteligentes codificadas; teléfonos inteligentes [smartphones]; teléfonos inteligentes en forma de relojes de uso personal; cargadores para acumuladores eléctricos; cargadores de baterías de teléfonos; cargadores de baterías de teléfonos móviles; cargadores de baterías de teléfonos móviles para vehículos; cargadores para cigarrillos electrónicos; cargadores de pilas y baterías; cargadores de red; cables ethernet; cables usb; cables de alimentación; cables alimentadores; cables de arranque; cables de arranque para motores; cables para baterías; cables de clavija; cables coaxiales; cables e hilos eléctricos; cables electrónicos; cables eléctricos; cables eléctricos con aislamiento mineral; cables eléctricos para la transmisión de sonidos e imágenes; cables de fibra óptica; cables para guitarras; cables de impresora; cables informáticos; cables para micrófonos; cables de módem; cables para radioenlace; cables de sincronización de datos; cables para sistemas de transmisión de señales eléctricas y ópticas; cables de telecomunicación; cables para la transmisión de datos; cables de transmisión de señales eléctricas; cables de transmisión de señales eléctricas u ópticas; cables de transmisión de señales ópticas; cables para transmitir y recibir señales de televisión por cable; cables ópticos; cambiadores de género [adaptadores para cables]; cambiadores de género [adaptadores para cables] de teléfonos móviles; cambiadores de género para cables coaxiales; conductos para cables eléctricos; conectores de cables eléctricos; conectores roscados para cables eléctricos; fajos de cables; fundas para cables eléctricos; fundas protectoras para cables de fibra óptica; manguitos de unión para cables eléctricos; material para conducciones eléctricas [hilos, cables]; controladores usb; hardware usb; lectores de tarjetas usb; memorias usb; memorias usb con formato de tarjeta de crédito; memorias usb vírgenes; módems usb; tarjetas usb vírgenes; tarjetas para puerto usb; tarjetas para puerto usb; aparatos electrónicos de prueba para el sector de las telecomunicaciones; auriculares telefónicos para telecomunicaciones móviles; centrales de telecomunicaciones; conectores para aparatos de telecomunicaciones; programas informáticos para

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

telecomunicaciones; tableros de distribución de telecomunicaciones; tableros de distribución de telecomunicaciones; fundas para cámaras; fundas para dispositivos de almacenamiento de datos; fundas para dispositivos de almacenamiento de música; fundas especiales para lectores de cd; fundas para gemelos [óptica]; fundas de identificación para hilos eléctricos; fundas para ordenadores portátiles; fundas de papel para receptores telefónicos; fundas para receptores telefónicos; fundas para reproductores de mp3; fundas para reproductores multimedia digitales; fundas para reproductores multimedia portátiles; fundas de tela o de materias textiles para teléfonos móviles; fundas para teléfonos móviles; fundas de transporte para reproductores digitales de música; fundas para videocámaras; fundas y estuches para discos compactos y videodiscos digitales; filtros para pantallas de visualización especiales para tabletas informáticas; monitores de tableta; tabletas digitales; tabletas electrónicas; tabletas gráficas; tabletas informáticas; archivos de imagen descargables; cámaras con sensor de imagen lineal; intensificadores de imagen; software de reconocimiento de imagen; tubos intensificadores de imagen; filtros de color para pantallas de cristal líquido; filtros para pantallas de televisores; filtros para pantallas de visualización; filtros para pantallas de visualización especiales para monitores de ordenador; filtros de pantallas de visualización especiales para televisores; láminas protectoras especiales para pantallas de ordenador; pantallas lcd; pantallas [fotografía]; pantallas de amianto para bomberos; pantallas de cristal líquido [lcd] para aparatos de cine en casa; pantallas de cristal líquido de gran formato; pantallas de diodos electroluminiscentes; pantallas electrónicas digitales; pantallas electrónicas de mensajes; pantallas electrónicas publicitarias; pantallas fluorescentes; pantallas de ordenador; pantallas de papel electrónico; pantallas planas; pantallas planas flexibles para ordenadores; pantallas de protección facial para obreros; pantallas de proyección; pantallas de proyección de películas cinematográficas; pantallas radiológicas para uso industrial; pantallas táctiles; pantallas táctiles de control y visualización; pantallas táctiles de ordenador; pantallas de visualización; pantallas de visualización planas electroluminiscentes; pantallas de vídeo; software de salvapantallas; acopladores [equipos de procesamiento de datos]; aparatos de almacenamiento de datos; aparatos de difusión, grabación, transmisión o reproducción de sonido, datos o imágenes; aparatos e instrumentos de comunicación de datos; aparatos e instrumentos de grabación, transmisión o reproducción de sonido, datos o imágenes; aparatos e instrumentos de grabación, transmisión, procesamiento y reproducción de sonido, imágenes o datos; aparatos e instrumentos de transferencia, recepción y almacenamiento de sonido, imágenes y datos, en formato digital y analógico; aparatos electrónicos de recepción, transmisión y almacenamiento inalámbricos de datos y mensajes; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido, imágenes y datos; aparatos de grabación, transmisión, recepción, tratamiento o reproducción de sonido, imágenes o datos; aparatos de introducción, salida, transmisión y almacenamiento de datos; aparatos de procesamiento de datos; aparatos de procesamiento de datos y ordenadores; aparatos de procesamiento, transmisión y almacenamiento de información contenida en bases de datos; aparatos de verificación de datos almacenados en tarjetas con

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

codificación magnética; bases de datos electrónicas grabadas en soportes informáticos; cajas negras [registradores de datos]; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; cintas vírgenes para almacenar datos informáticos; discos compactos de datos; dispositivos de almacenamiento de datos; equipos de procesamiento de datos; escáneres [equipos de procesamiento de datos]; estuches para dispositivos de almacenamiento de datos; hardware y software informático de gestión de bases de datos; juegos de chips informáticos para intercambiar datos con una cpu; lectores [equipos de procesamiento de datos]; memorias para aparatos de procesamiento de datos; ordenadores para la gestión de datos; periféricos para ordenadores y equipos de procesamiento de datos; procesadores de datos; programas informáticos de procesamiento de datos; programas de procesamiento de datos; programas de procesamiento de datos, grabados en soportes legibles por máquina; programas de utilidades informáticas para comprimir datos; publicaciones electrónicas [descargables] disponibles en línea desde bases de datos o internet; publicaciones electrónicas [descargables] suministradas desde bases de datos o por internet; receptores móviles de datos; registradores de datos; sistemas de procesamiento de datos; software para automatizar el almacenamiento de datos; software de búsqueda de datos; software de captura, transmisión, almacenamiento e indexación de datos y documentos; software de compresión de datos; software de creación de bases de datos consultables; software de gestión de bases de datos; software de integración de aplicaciones y bases de datos; software de procesamiento de datos; software de realidad aumentada para dispositivos móviles para integrar datos electrónicos en entornos del mundo real; software de sincronización de datos entre computadoras de bolsillo o portátiles y computadoras centrales; software y aparatos de telecomunicación para conectarse a bases de datos e internet; software y aparatos de telecomunicación, incluidos módems, para conectarse a bases de datos e internet; software y aparatos de telecomunicación, incluidos módems, para conectarse a bases de datos, redes informáticas e internet; software y aparatos de telecomunicación, incluidos módems, para la conexión a bases de datos, redes informáticas, redes informáticas mundiales e internet; soportes de datos grabados utilizados con ordenadores; soportes de datos legibles por máquina; soportes de datos legibles por máquina, con programas grabados; soportes de datos magnéticos grabados; soportes de datos magnéticos vírgenes; soportes de datos ópticos y magnetoópticos; soportes de datos ópticos y magnéticos; soportes magnéticos de datos; soportes ópticos de datos; tarjetas con codificación magnética para almacenar datos; tarjetas de interfaz para aparatos de procesamiento de datos; discos compactos, dvd y otros soportes de grabación digitales; fuentes de caracteres grabadas en soportes magnéticos; publicaciones electrónicas grabadas en soportes informáticos; soportes de bobinas eléctricas; soportes de cámara para casco; soportes de equipos informáticos especialmente diseñados para un ordenador, una impresora y sus accesorios; soportes de fijación para altavoces; soportes de fijación especiales para hardware informático; soportes de fijación especiales para hardware de telecomunicación; soportes para fijar televisores de

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

pantalla plana; soportes para grabaciones sonoras; soportes de grabación digitales; soportes manos libres para teléfonos celulares; soportes para microscopios quirúrgicos; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; soportes para retortas; soportes telefónicos para coches; soportes para teléfonos móviles; soportes para videocámaras; aparatos e instrumentos de control eléctricos y electrónicos; aparatos e instrumentos fotográficos; aparatos e instrumentos fotográficos y cinematográficos; aparatos e instrumentos fotográficos, cinematográficos y ópticos; aparatos e instrumentos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes.

(35): Suscripción a servicios de telecomunicaciones para terceros; análisis de datos comerciales; análisis de datos y estadísticas de estudios de mercado; búsqueda de datos en archivos informáticos para terceros; compilación de datos en bases de datos informáticas; compilación e introducción de información en bases de datos informáticas; compilación de información en bases de datos informáticas; compilación y sistematización de información en bancos de datos; compilación y sistematización de información en bases de datos informáticas; evaluaciones estadísticas sobre datos de estudios de mercado; evaluación estadística de datos de marketing; gestión de bases de datos; gestión informatizada de bases de datos; gestión y compilación de bases de datos informatizadas; intercalación de datos en bases de datos informáticas; interpretación de datos procedentes de estudios de mercado; investigaciones de mercado realizadas mediante el uso de bases de datos informáticas; procesamiento de datos; recopilación y análisis de datos y de información relacionados con la dirección de empresas; registro de datos y de comunicaciones escritas; sistematización de datos en bases de datos informáticas; sistematización de información en bases de datos informáticas; preparación de contratos de compra y de venta de productos y servicios, para terceros; preparación de contratos de prestación de servicios para terceros; presentación de empresas y de sus productos y servicios en internet; presentación de productos y servicios por medios electrónicos; prestación de servicios de subastas en línea; promoción de productos y servicios de terceros; promoción de productos y servicios de terceros por internet; promoción de productos y servicios de terceros mediante anuncios en sitios web; promoción de los productos y servicios de terceros mediante la distribución de material publicitario por diversos medios; promoción de productos y servicios de terceros mediante programas de clientes preferentes; promoción de productos y servicios de terceros por redes informáticas mundiales; promoción de servicios financieros y de seguros por cuenta de terceros; promoción de la venta de productos y servicios de terceros mediante la concesión de puntos por las compras realizadas con tarjeta de crédito; publicidad relacionada con servicios de transporte y reparto; publicidad y marketing colectivos para servicios de limpieza de edificios residenciales y comerciales; puesta a disposición de espacios publicitarios en sitios web para anunciar productos y servicios; servicios de abastecimiento para terceros [compra de productos y servicios para otras empresas]; servicios de administración comercial para el procesamiento de ventas realizadas por internet; servicios de administración comercial y de consultoría en

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

negocios; servicios administrativos; servicios de agencias de importación-exportación; servicios de agencias de importación-exportación de productos; servicios de agencias de información comercial; servicios de agencias de marketing; servicios de anuncios publicitarios, marketing y publicidad; servicios de asesoramiento comercial y de intermediarios comerciales; servicios de asesoramiento en marketing; servicios de asesoramiento relacionados con la dirección de empresas y la explotación comercial; servicios de asesoramiento y consultoría en aprovisionamiento de productos por cuenta de terceros; servicios de asesoramiento y consultoría comerciales; servicios de asesoramiento, consultoría e información comerciales; servicios de bolsa de trabajo; servicios de búsqueda y colocación de personal ejecutivo; servicios de compra de espacios en medios de comunicación; servicios de consultoría en anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría y asesoramiento en colocación, contratación y gestión de personal; servicios de consultoría y asesoramiento en gestión de negocios; servicios de estudios de mercado sobre hábitos de utilización de internet y fidelidad de los clientes; servicios de gestión y consultoría en negocios comerciales; servicios informatizados de compra en línea de regalos; servicios informatizados de pedidos en línea; servicios de modelos para publicidad o promoción de ventas.

SD2024/0083001 (10): Aparatos ortopédicos e instrumentos quirúrgicos y médicos. miembros, ojos y dientes artificiales. prótesis para uso en injertos óseos. sustitutivos óseos para uso quirúrgico. dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas con discapacidad. prendas especiales para uso médico como la ropa de compresión, las medias para varices, las camisas de fuerza y el calzado ortopédico. dispositivos terapéuticos y protésicos de materiales artificiales o sintéticos para implantación. implantes quirúrgicos compuestos de materiales artificiales. prótesis mamarias, marcapasos cerebrales, implantes biodegradables de fijación ósea. huesos artificiales para implantes. aparatos para recolocar huesos. partes de huesos artificiales para ser implantados en huesos naturales. cánulas, implantes articulares ortopédicos, endoprótesis con revestimiento biocompatible, stents con revestimiento biocompatible. prótesis y miembros artificiales. aparatos de fisioterapia y ejercicio físico para uso médico. fórceps y tornillos para huesos. partes de hueso artificial para implantar en huesos naturales. sustitutos de huesos para uso quirúrgico.

923170373 (3): Productos comprendidos en la clase 03 del Artículo 2 del Decreto 755 de 1972.

92070865A (5): Productos comprendidos en la clase 05. del decreto 755 de 1972.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

Conexión competitiva entre productos de la Clase 5 solicitada y la Clase 10 hallada de oficio OV (Mixta) Expediente SD2024/0083001

Razonabilidad: En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como *“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. (...)”*¹⁴

Conforme a los factores de conexión competitiva, esta Dirección encuentra una relación estrecha entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado y los que distingue la marca registrada. En efecto, se observa que los *Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, complementos alimenticios para personas o animales* de la Clase 5 solicitada, están estrechamente relacionados con los *Aparatos ortopédicos e instrumentos quirúrgicos y médicos, dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas con discapacidad* identificados por la marca hallada de oficio en la Clase 10. Lo anterior toda vez que pertenecen al mismo sector de la salud y el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos en cuestión hacen parte de una innovación marcaría del signo opositor con el objetivo de identificar nuevos productos dentro del sector salud

No resulta extraño que un empresario que se dedica a la producción de aparatos o instrumentos quirúrgicos médicos y veterinarios busque ampliar su esquema de negocios e incursione en los productos farmacéuticos y preparaciones para uso médico y veterinario, o viceversa, por lo que el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de una serie de prestaciones ahora incursione en otro afín. Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector afín al del antecedente antes mencionado.

Conexión competitiva entre los servicios de la Clase 44 solicitada y los productos de la Clase 10 hallada de oficio OV (Mixta) Expediente SD2024/0083001

Esta Dirección considera que, en el presente caso, un consumidor podría considerar razonable que los productos de la Clase 10 y los servicios de la Clase 44 se comercialicen por parte de un mismo empresario.

Los servicios de la Clase 44 consistentes en *Servicios médicos; servicios veterinarios*, están centrados en la atención en salud y bienestar tanto humano como animal.

Pro su parte, los productos de la Clase 10 *Aparatos ortopédicos e instrumentos quirúrgicos y médicos, dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas con discapacidad* identificados por la marca hallada, están diseñados para el tratamiento de patologías en el marco de la atención en salud.

La relación entre estos productos y servicios es evidente y se justifica plenamente bajo el criterio de razonabilidad. Los productos de la Clase 10 son instrumentos médicos esenciales que se usan directamente en la prestación de los servicios médicos de la Clase 44. Es decir, los servicios médicos no podrían ser realizados de manera efectiva y segura

¹⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

sin la disponibilidad y el uso de estos equipos y dispositivos especializados. La fabricación y comercialización de tales instrumentos médicos está intrínsecamente ligada a su uso por parte de profesionales y establecimientos que ofrecen servicios de salud.

La similitud en la función de atender la salud y el bienestar humano o animal puede llevar a los consumidores a percibir los *Aparatos ortopédicos e instrumentos quirúrgicos y médicos, dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas con discapacidad* (Clase 10) como una extensión natural de los *Servicios médicos; servicios veterinarios* (Clase 44), reforzando la idea de que ambos pueden provenir del mismo proveedor o estar relacionados en el mercado. Un paciente o un profesional de la salud podría razonablemente asumir que una empresa que provee dispositivos médicos de alta especialización podría también ofrecer servicios médicos, o viceversa, que un proveedor de servicios médicos tenga una división o filial que desarrolle o comercialice los instrumentos que utiliza.

Además, los canales de comercialización y divulgación para ambos tipos de productos servicios pueden coincidir. Los fabricantes de dispositivos médicos suelen promocionar sus productos en hospitales, clínicas y consultorios médicos, que son precisamente los lugares donde se prestan los servicios médicos. La presencia de ambos tipos de ofertas en los mismos entornos (ferias médicas, publicaciones especializadas, cadenas de suministro de hospitales) puede generar la idea de que se trata de productos y servicios que tienen el mismo origen empresarial o de que el signo que se pretende registrar constituye una innovación marcaria del signo ya registrado o una nueva línea de productos o servicios de la empresa titular de la marca.

Por lo anterior, no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector específico (como la fabricación de dispositivos médicos) busque ampliar su esquema de negocios e incursione en otro tipo de servicios que también ayuden con la atención de la salud, por lo que el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de una serie de productos ahora incursione en otro afín.

Junto con ello, existe el riesgo de confusión en los consumidores dado que los canales de divulgación o comercialización de estos productos pueden coincidir, situación que podría generar la idea errónea de que se trata de productos que tienen el mismo origen empresarial o de que el signo que se pretende registrar constituye una innovación marcaria del signo ya registrado o una nueva línea de productos o servicios de la empresa titular de la marca.

Conexión competitiva entre servicios de la Clase 35 con la marca encontrada de oficio OV (Mixta) Expediente SD2019/0080725

Esta Dirección encuentra que los servicios de *Gestión de negocios comerciales; administración comercial* que pretende distinguir el signo solicitado a registro en la Clase 35, son conexamente competitivos con los *servicios de administración comercial y de consultoría en negocio servicios de gestión y consultoría en negocios comerciales*, identificados por el signo hallado de oficio. Lo anterior, considerando que, en esencia, se trata del mismo tipo de servicios, consistentes en compilación de información.

Así las cosas, es posible determinar que los servicios cobijados por lo signos analizados comparten la misma finalidad, siendo esta brindar un conjunto de servicios para atender la necesidad de contar con información y consultoría para mejorar la administración y gestión de negocios. En consecuencia, es posible concluir que los servicios distinguidos por las marcas bajo análisis son complementarios entre sí, dado que los servicios

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

cobijados por el signo solicitado refuerzan la efectividad de los servicios cobijados por el signo hallado de oficio.

Al tratarse de servicios que comparten una misma finalidad, no resulta extraño que los mismos puedan ser ofrecidos por el mismo empresario, considerando la realidad actual del mercado.

En este punto es necesario hacer referencia a lo expresado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, con relación a la Teoría de la Interdependencia:

“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 enfrentados”¹⁵

Por tanto, tenemos que, bajo las reglas de la sana crítica, es posible predicar que el presupuesto de razonabilidad es cumplido por las marcas en comento.

Conexión competitiva entre productos de la Clase 5 con la marca encontrada de oficio O.B. (Nominativa), Clase 3, Expediente 923170373

De acuerdo con la anterior relación de productos; y en atención a los factores de conexión competitiva; esta Dirección observa una estrecha relación entre los productos que pretende amparar el signo solicitado para la **Clase 5** y los productos de la **Clase 3** que protege la marca fundamento de la negación; pese a que se refieren a artículos incluidos en diferentes secciones de la clasificación internacional; en efecto; los productos tienen las mismas finalidades de cuidado corporal. Lo anterior, toda vez que atendiendo a la realidad del mercado, es razonable encontrar empresarios que se dedican a la fabricación y comercialización de productos cosméticos, así como productos farmacéuticos; pues son productos que cumplen objetivos estéticos y al mismo tiempo terapéuticos respecto del cuidado de la piel.

De igual forma existe el riesgo de confusión en los consumidores dado que los canales de distribución, divulgación o comercialización de estos productos pueden coincidir, situación que podría generar la idea errónea de que se trata de elementos que tienen el mismo origen empresarial.

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 enfrentados”¹⁶”.

¹⁵ Interpretación Prejudicial Proceso 96-IP-2006. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina cita a BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475

¹⁶ En términos del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina la interdependencia se configura en los siguientes supuestos “(…) 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 enfrentados”. COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. 2004. Interpretación Prejudicial 135-IP2004).

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada (interdependencia), que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos 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 en estudio, lo cual no se da en el presente caso.

Conexión competitiva entre productos de la Clase 5 con la marca encontrada de oficio O.B. (Nominativa), Clase 5, Expediente 92070865A

De la anterior relación de productos, se establece que el signo solicitado pretende amparar productos que no solo pertenecen a la misma clase de los productos distinguidos por la marca registrada para la **Clase 5**, razón por la cual presentan la misma identidad y comparten el mismo género, especie, naturaleza y finalidades.

En consecuencia, de permitir el registro del signo solicitado y dado el tipo de productos que pretende amparar toda vez que se trata de los mismos productos de la marca fundamento de la negación “*productos farmacéuticos*”, se concluye, que, al estar en una misma oferta de mercado, se puede generar riesgo de asociación entre los consumidores quienes, dada la similitud de los signos, no podrán diferenciar el origen empresarial de las marcas en estudio.

Conexión competitiva entre servicios de la Clase 44 con la marca encontrada de oficio O.B. (Nominativa), Clase 5, Expediente 92070865A

De acuerdo con lo anterior y pese a que el signo solicitado pretende amparar servicios para la **Clase 44**, que, si bien se encuentran en una clase diferente a la de los productos que protege la marca fundamento de la negación **Clase 5**, entre los mismos hay una relación de conexidad, en virtud de su naturaleza que se relaciona con el área de la salud y su finalidad que no es otra que el cuidado de la salud de las personas. Por otra parte, considerando la realidad del mercado, el consumidor podría asumir como razonable que, una empresa que fabrique distribuya y comercialice “*productos farmacéuticos*”, a su vez ofrezca los servicios pretendidos como son la: “*Servicios médicos*”.

De hecho, no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector específico busque ampliar su portafolio de productos y/o servicios, incursionando en otro tipo de productos y/o servicios del mismo sector, que para el caso en concreto es el de la salud, por lo que el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de una serie de elementos y/o prestaciones ahora incursione en otro indiscutiblemente afín. Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector análogo al de la marca que sirve de antecedente, más aún y si se tiene en cuenta que la marca solicitada reproduce el signo previamente registrado.

En este orden de ideas, al aplicar la teoría de la interdependencia, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos o servicios que distinguen, el análisis comparativo de los productos debe ser más riguroso.

Conclusión

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,

Ref. Expediente N° SD2025/0016860

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **MU MECANICOS UNIDOS S.A.S.**, en contra de la Clase 35 Internacional.

ARTÍCULO 2: **Negar** el registro de la Marca **OV** (Mixta) para distinguir **productos** comprendidos en la **clase 5, de la Clasificación Internacional de Niza¹⁷**, solicitada por **GANADERIA OSSA VIVARES S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: **Negar** el registro de la Marca **OV** (Mixta) para distinguir **servicios** comprendidos en la **clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁸**, solicitada por **GANADERIA OSSA VIVARES S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: **Negar** el registro de la Marca **OV** (Mixta) para distinguir **servicios** comprendidos en la **clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁹**, solicitada por **GANADERIA OSSA VIVARES S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Notificar a **GANADERIA OSSA VIVARES S.A.S.**, **solicitante** del registro y a **MU MECANICOS UNIDOS S.A.S** **opositora**, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 6: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 12 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

¹⁷ **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, complementos alimenticios para personas o animales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

¹⁸ **35:** Gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

¹⁹ **44:** Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.