

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

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 25 de julio de 2025, **DROGUERIAS Y FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **Cruzvet** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 5, 35 y 44 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075 del 08 de agosto de 2025, **FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.** presentó sendas oposiciones al registro en cada una de las clases solicitadas, con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 del 2000 de la Comunidad Andina.

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

*(...) La Marca Solicitada CRUZVET (mixta) es similarmente confundible con la familia de marcas registradas de FARMACIAS CRUZ VERDE S.A. y pretende identificar productos conexamente competitivos a los identificados por las marcas de mi*

<sup>1</sup> **5:** Medicamentos para uso veterinario; preparaciones de diagnóstico para uso médico o veterinario; preparaciones de diagnóstico para uso médico y veterinario; preparaciones farmacéuticas para uso veterinario; preparaciones farmacéuticas y veterinarias para uso médico; preparaciones para diagnóstico de uso médico o veterinario; preparaciones para diagnóstico de uso médico y veterinario; preparaciones para uso médico y veterinario; preparaciones químicas para uso médico y veterinario; preparaciones químicas para uso veterinario; preparaciones sanitarias para uso veterinario; preparaciones veterinarias; preparados farmacéuticos para uso veterinario; preparados y sustancias veterinarias; productos de lavado insecticidas para uso veterinario; productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos veterinarios; remedios para uso veterinario; suplementos alimenticios para uso farmacéutico y veterinario; suplementos alimenticios para uso veterinario; suplementos dietéticos para uso veterinario; supositorios para uso veterinario; sustancias dietéticas para uso veterinario; sustancias y preparaciones veterinarias; sustancias y preparados veterinarios; ungüentos para uso veterinario.

**35:** Servicios de venta minorista prestados por droguerías; servicios de venta minorista en relación con preparaciones veterinarias; servicios de venta minorista en relación con preparaciones y artículos veterinarios; servicios de venta minorista o al mayorista de medicamentos veterinarios; servicios de venta minorista o mayorista de preparaciones veterinarias; 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 aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios; servicios de venta minorista y mayorista de aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones médicas y veterinarias; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones medicinales y veterinarias; servicios de venta minorista y mayorista de productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; servicios de venta minorista y mayorista de productos higiénicos y sanitarios para uso médico, alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario; venta minorista o mayorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos; servicios de venta minorista de aparatos veterinarios; servicios de venta minorista de artículos veterinarios; servicios de venta minorista de instrumentos veterinarios; servicios de venta minorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos; servicios de venta minorista de preparaciones veterinarias; servicios de venta minorista de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de venta minorista en relación con aparatos veterinarios; servicios de venta minorista en relación con artículos veterinarios; servicios de venta minorista en relación con instrumentos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de aparatos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de artículos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de instrumentos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de aparatos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de instrumentos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de aparatos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de instrumentos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de venta al por mayor de aparatos de uso veterinario; servicios de venta al por mayor de instrumental de uso veterinario; servicios de venta al por mayor de preparaciones veterinarias; servicios de venta al por mayor de preparaciones y productos veterinarios; servicios de venta al por mayor de productos veterinarios; servicios de venta al por menor de aparatos de uso veterinario; servicios de venta al por menor de instrumental de uso veterinario; servicios de venta al por menor de preparaciones veterinarias; 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 al por menor o al por mayor de preparaciones veterinarias.

**44:** Servicios de asesoramiento veterinario; servicios de cuidado de mascotas [servicios médicos, veterinarios y de aseo]; servicios de información en materia de productos farmacéuticos veterinarios; servicios de información médica y veterinaria prestados por internet; servicios de información relacionados con productos farmacéuticos veterinarios; servicios de información veterinaria prestados por internet; servicios médicos y veterinarios; servicios veterinarios; suministro de información sobre servicios veterinarios.



Ref. Expediente N° SD2025/0074239

*representada. Por lo tanto, permitir el registro de la marca solicitada podría inducir a error al consumidor sobre el origen de los productos y/o la vinculación entre los titulares de las marcas.*

*(...)*

*Al realizar el cotejo de los signos CRUZVET y CRUZVERDE, se observa una clara similitud visual que puede inducir fácilmente a confusión al consumidor. En primer lugar, ambos signos comparten la palabra inicial “CRUZ”, la cual tiene un peso relevante en la percepción del consumidor, ya que se ubica al inicio y atrae de manera inmediata la atención. En segundo lugar, la disposición gráfica de los elementos es prácticamente idéntica: se trata de palabras en tipografía gruesa, destacada, ubicadas de forma horizontal dentro de un rectángulo de fondo sólido, lo que genera una fuerte asociación visual entre ambos.*

*Aunque el signo CRUZVET utiliza el color negro y el signo CRUZVERDE el verde y amarillo, esta diferencia cromática no es suficiente para desvirtuar la similitud, dado que lo determinante para el consumidor promedio es la estructura, la tipografía y la disposición general del signo. Incluso, el elemento gráfico de la huella incorporada en la letra “V” del signo CRUZVET refuerza la idea de que se trata de una extensión o nueva línea de servicios veterinarios de la reconocida marca CRUZVERDE, lo que aumenta el riesgo de confusión indirecta por asociación empresarial.*

*En este sentido, es claro que el consumidor no estaría en capacidad de diferenciar ambos signos con un simple golpe de vista y, por el contrario, presumiría que CRUZVET corresponde a una línea de productos o servicios especialmente dirigida al cuidado de animales bajo el mismo origen empresarial de CRUZVERDE.*

*(...)*

*Así las cosas, es evidente que si el consumidor observa la marca CRUZVERDE en el mercado y posteriormente, se encuentra con el signo solicitado, asociará ambas marcas, llegando a pensar que la segunda hace referencia a una línea de los productos prestados bajo la marca previamente registrada por FARMACIAS CRUZ VERDE S.A. pues es similarmente confundible con la marca de mi representada.*

*(...)*

*En este sentido, debe ponerse de presente siempre la similitud conceptual que tengan los signos al momento de realizar una comparación completa de sus características. Dicha similitud conceptual debe tener asimismo mayor injerencia en la decisión final a la que se llegue respecto de sus similitudes.*

*Por lo tanto, también se advierte una marcada similitud entre los signos CRUZVET y CRUZVERDE. Ambos evocan de manera inmediata la idea de “CRUZ” asociada al ámbito de la salud, la farmacia y la atención médica, elemento que en el imaginario del consumidor se vincula con servicios de cuidado y bienestar. A ello se suma que el término “VERDE” y la abreviatura “VET” comparten una cercanía semántica, en tanto “VET” remite directamente al ámbito veterinario y, en este contexto, puede ser percibido como una variación o extensión natural de los servicios ofrecidos bajo la denominación CRUZVERDE, pero orientados a los animales.*

*Debe resaltarse, además, que CRUZVERDE constituye una reconocida familia marcaria, lo que significa que el consumidor ya tiene interiorizado un concepto claramente asociado a esa denominación en relación con servicios de salud y bienestar. En tal sentido, el uso del signo CRUZVET no transmite un concepto autónomo ni suficientemente diferenciado, sino que, por el contrario, refuerza la idea de pertenencia a dicha familia marcaria, sugiriendo una especialización o línea derivada enfocada en el cuidado veterinario.*

Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

*En consecuencia, esta coincidencia conceptual, unida a las similitudes visuales previamente expuestas, hace altamente probable que el consumidor asuma erróneamente que ambos signos provienen del mismo origen empresarial, generándose así un riesgo cierto de confusión y asociación.*

(...)

*Desde la perspectiva ortográfica, los signos CRUZVET y CRUZVERDE presentan una clara similitud, pues ambos inician con la expresión idéntica “CRUZ”, la cual concentra la mayor fuerza distintiva al ubicarse al comienzo del signo. La parte final de cada denominación — “VET” y “VERDE”— resulta altamente parecida en su estructura y conformación gráfica, ya que comparten las letras “VE” seguidas de consonantes fuertes (T y RDE) que generan un alto grado de recordación semejante. Esta coincidencia en el orden y secuencia de letras contribuye a que los signos puedan ser fácilmente confundidos por el consumidor promedio, que no realiza un examen detallado sino una apreciación global y de conjunto.*

*En el plano fonético, también se evidencia una gran cercanía entre ambos signos. Al ser pronunciados, tanto CRUZVET como CRUZVERDE reproducen el mismo sonido inicial “CRUZ”, que tiene un peso decisivo en la percepción auditiva del consumidor. Asimismo, la terminación “VET” y “VERDE” resultan semejantes en ritmo y cadencia, pues comparten las sílabas iniciales “VE” y cierran con sonidos fuertes, lo que genera una impresión acústica muy similar. Así, la coincidencia sonora es suficiente para inducir al público a error, llevándolo a pensar que se trata de variantes de una misma marca o de una línea de productos perteneciente a un mismo origen empresarial.*

Contra el registro en la Clase 5:

*En el presente caso, se evidencia una clara conexidad competitiva entre los productos que pretende amparar la marca solicitada y aquellos que conforman la familia marcaria CRUZVERDE en la clase 5. En primer lugar, es importante resaltar que gran parte de los productos descritos son idénticos, pues ambos signos amparan productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario, suplementos alimenticios, sustancias dietéticas y productos sanitarios. Esta coincidencia resulta suficiente para concluir que existe un alto riesgo de confusión, dado que el consumidor no tendría elementos que le permitan distinguir de manera clara el origen empresarial de dichos productos.*

*Adicionalmente, si bien la marca solicitada CRUZVET incluye referencias específicas a productos de uso veterinario, ello no elimina el riesgo de confusión. Por el contrario, en un mercado como el farmacéutico, resulta razonable para el consumidor asumir que un mismo empresario amplíe su línea de productos hacia el ámbito veterinario, especialmente cuando se trata de una marca reconocida como CRUZVERDE, ampliamente asociada con el sector de la salud y el bienestar. En este sentido, el consumidor promedio fácilmente podría interpretar que los productos identificados con la marca CRUZVET corresponden a una extensión natural o especializada de los productos ofrecidos bajo la marca CRUZVERDE, orientada ahora al cuidado de animales.*

*En consecuencia, tanto por la identidad de los productos amparados, como por la razonabilidad de que provengan del mismo origen empresarial, se configura de manera evidente la conexidad competitiva entre los productos de las partes, lo cual incrementa de forma significativa el riesgo de confusión y asociación en el mercado.*

*El presente caso cumple entonces con los dos supuestos de los que trata el artículo 136, literal a) de la Decisión 486, en tanto la Marca Solicitada reproduce integralmente las marcas de mi representada y los productos que identifican en la clase 5 son idénticos. En consecuencia, si se concediera el registro de la Marca Solicitada, se habilitaría también a terceros para registrar signos que imiten e identifiquen productos iguales o relacionados a los de la marca de FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.,*

Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

*generando un riesgo de confusión o asociación para el público consumidor y afectando gravemente su distintividad.*

Contra el registro en la Clase 35:

*En este caso es claro que existe identidad y conexión competitiva entre los servicios que pretende identificar La Marca Solicitada y los amparados por la marca opositora, por lo que se cumple con el segundo presupuesto para la tipificación de la causal establecida en el artículo 136 de la Decisión 486.*

(...)

*En el presente caso, se observa una clara conexidad competitiva entre los servicios amparados por la marca solicitada CRUZVET y los identificados por la familia marcaria CRUZVERDE. En primer lugar, muchos de los servicios son idénticos, puesto que ambas marcas comprenden la comercialización, distribución, venta minorista y mayorista de productos farmacéuticos, veterinarios, higiénicos y médicos, así como de aparatos e instrumentos médicos y veterinarios. Esta coincidencia directa elimina cualquier margen de diferenciación real en el mercado y refuerza el riesgo de confusión.*

*Ahora bien, incluso respecto de los servicios que no coinciden de manera literal, se configura igualmente una conexidad por razonabilidad. En efecto, resulta natural y esperable para el consumidor que un mismo empresario que ya opera bajo la marca CRUZVERDE, ampliamente reconocida en el sector farmacéutico y de droguerías, extienda su línea de negocio hacia la venta de productos veterinarios y sus accesorios, bajo la denominación CRUZVET. El consumidor promedio, que no analiza los signos con detalle, razonablemente asumirá que se trata de una especialización de la misma marca, dirigida específicamente al cuidado de animales.*

*Así, tanto la identidad de servicios (en lo relativo a la comercialización de productos farmacéuticos, veterinarios, higiénicos y médicos) como la expectativa razonable de origen empresarial común conducen a la conclusión de que existe conexidad competitiva entre los servicios enfrentados. En consecuencia, el uso de la denominación CRUZVET incrementa de manera significativa el riesgo de confusión y de asociación indebida con la familia marcaria CRUZVERDE.*

Contra el registro en la Clase 44:

*En este caso es claro que existe identidad y conexión competitiva entre los servicios que pretende identificar La Marca Solicitada y los amparados por la marca opositora, por lo que se cumple con el segundo presupuesto para la tipificación de la causal establecida en el artículo 136 de la Decisión 486.*

(...)

*En el presente caso, se advierte de manera evidente la conexidad competitiva entre los servicios amparados por la marca solicitada CRUZVET y los de la familia marcaria CRUZVERDE. En primer lugar, muchos de los servicios son idénticos, ya que ambos incluyen servicios médicos y veterinarios, así como el suministro de información en materia farmacéutica y médica. Esta coincidencia literal elimina cualquier posibilidad de diferenciación real y hace innecesario un análisis exhaustivo para concluir la existencia de riesgo de confusión.*

*Adicionalmente, incluso en aquellos servicios donde la denominación solicitada se centra específicamente en el ámbito veterinario, la conexidad persiste. Ello obedece a que resulta razonable para el consumidor asumir que un empresario del sector farmacéutico y de la salud, como lo es la familia marcaria CRUZVERDE, amplíe su portafolio hacia servicios veterinarios y de cuidado de mascotas. Más aún cuando bajo*

Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

*la marca opositora ya se incluyen servicios médicos, veterinarios, farmacéuticos y de consultoría, los cuales son complementarios y funcionalmente relacionados con los servicios de asesoramiento, cuidado e información veterinaria de la marca solicitada.*

*Así, tanto la identidad de servicios en áreas clave (médicos, veterinarios, farmacéuticos, de información y consultoría), como la razonabilidad de que provengan de un mismo origen empresarial, refuerzan la conclusión de que existe conexidad competitiva. En consecuencia, la adopción del signo CRUZVET incrementa de manera significativa el riesgo de confusión y asociación con la familia marcaria CRUZVERDE, pudiendo el consumidor entender que se trata de una línea derivada o especializada en servicios veterinarios.*

Que dentro del término concedido para tal efecto, **DROGUERIAS Y FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.S.**, no dio respuesta alguna a ninguna de las oposiciones presentadas.

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:

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 tercero<sup>2</sup>, 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

<sup>2</sup> •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. (...).



Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada<sup>3</sup>.

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

Las marcas opositoras son las siguientes:

| Trámite | Signo                    | Titular                         | Expediente     | Niza | Clase                            | Tipo       | Estado     | Vigencia     |
|---------|--------------------------|---------------------------------|----------------|------|----------------------------------|------------|------------|--------------|
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 06063371       | 8    | 44                               | Nominativa | Registrada | 17 ene. 2027 |
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 06063377       | 8    | 5                                | Nominativa | Registrada | 17 ene. 2027 |
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 06063380       | 8    | 35                               | Nominativa | Registrada | 06 ago. 2027 |
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 06064898       | 8    | 44                               | Mixta      | Registrada | 22 feb. 2028 |
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 13265121       | 10   | 35                               | Nominativa | Registrada | 26 jun. 2034 |
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 14145157       | 10   | 35                               | Mixta      | Registrada | 22 dic. 2034 |
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 94043007       | 7    | 5                                | Mixta      | Registrada | 12 may. 2035 |
| Marca   | CRUZ VERDE               | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | 94043009       | 7    | 35                               | Mixta      | Registrada | 17 jul. 2035 |
| Marca   | DROGUERÍAS<br>CRUZ VERDE | FARMACIAS<br>CRUZ<br>VERDE S.A. | SD2024/0124297 | 12   | 3, 5,<br>10,<br>35,<br>39,<br>44 | Mixta      | Registrada | 14 ago. 2035 |

<sup>3</sup> 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° SD2025/0074239

Los signos para comparar son los siguientes:



El signo solicitado a registro es de naturaleza mixta compuesto por un fondo negro donde aparece en tipografía blanca la expresión "Cruzvet", donde la letra “e” presenta una huella de mascota en su composición.



Los signos opositores son de naturaleza mixta y nominativa, caracterizados como una familia de marcas donde se resalta la constante inclusión de la expresión CRUZ VERDE. En los signos mixtos, dicha expresión suele ser representada con una tipografía sencilla acompañada de la figura de una cruz de color verde.

Jurisprudencia



Ref. Expediente N° SD2025/0074239

### 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.*

*(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”.<sup>4</sup>*

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,*

<sup>4</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

*(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”.<sup>5</sup>*

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.

### Comparación entre 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.<sup>6</sup>

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”*.<sup>7</sup>

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”*.<sup>8</sup>

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*

<sup>5</sup> Ibidem

<sup>6</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-14-2019.

<sup>7</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-56 de 2003.

<sup>8</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso IP-26 de 1998.

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

*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.*

*(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”.<sup>9</sup>*

## **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.*

<sup>9</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

*f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”<sup>10</sup>*

### Familia de marcas

El hecho que la sociedad opositora **FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.** incluya de forma reiterada la misma expresión **CRUZ VERDE** en buena parte de sus marcas, nos hace concluir que estamos en presencia de una familia de marcas, entendida esta como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común, un conjunto de productos con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

La protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un prefijo común y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo prefijo para productos similares o relacionados tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto por la calidad que ya conoce.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

*“En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión”.<sup>11</sup>*

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas, en el cual el elemento dominante común en la expresión **CRUZ VERDE**, y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial con el fin de proteger al titular de esta y a los consumidores.

### Análisis comparativo frente a familia de marcas opositoras.

Esta Dirección observa que el elemento nominativo del signo solicitado a registro es el preponderante en su conjunto, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con este signo, el elemento denominativo es el que tiene un grado de

<sup>10</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 127-IP-2016

<sup>11</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

recordación más alto en la mente de consumidor y puede ser asociado a los productos y servicios que identifica, en mayor medida que el elemento gráfico. Lo mismo ocurre respecto de los signos opositores de naturaleza mixta, en los cuales prevalece su denominación. Así las cosas, y teniendo en cuenta la naturaleza de los signos opositores, corresponde realizar el estudio de conformidad con las reglas de cotejo para signos nominativos.

En este orden de ideas, se debe señalar que las palabras son mecanismos esenciales en el proceso de comunicación, ya que permiten y facilitan la transmisión de las ideas, así cuando una palabra tiene significado, su contenido llega al interlocutor, sin necesidad de adicionar otros elementos complementarios para que sea captada.

En el caso de los signos distintivos, sucede lo mismo, cuando una marca se compone de palabras con contenido conceptual, penetra con mayor fuerza en la mente del consumidor y permiten su diferenciación y su fácil recordación<sup>12</sup>. Así, dos signos que pueden consistir en palabras ortográficamente parecidas pueden ser diferenciables por el consumidor por su significado, o por el contrario, puede tratarse de palabras muy distintas, que comparten el mismo concepto y por lo tanto generar riesgo de confusión<sup>13</sup>.

De esta forma, sin importar si se trata de marcas nominativas o mixtas, el análisis comparativo deberá centrarse en las denominaciones de estos (Cruzvet / Cruz Verde) y sus conceptos. En efecto, en nuestro estudio, el elemento conceptual es el principal factor de análisis, para ponderar el grado de confundibilidad, entre los signos.<sup>14</sup>

Establecido lo anterior, esta Dirección observa que, pese a que se evidencian coincidencias gramaticales entre los signos confrontados, pues ambos cuentan con la incorporación de la palabra CRUZ, y el uso de la partícula VE, no existe similitud capaz de generar error en el consumidor, debido principalmente a que, analizados en conjunto, cuentan con elementos conceptuales que los hacen diferentes, puesto que a pesar de que la primera partícula “CRUZ” evoca en ambos el mismo concepto (*Figura formada por dos líneas que se atraviesan o cortan perpendicularmente*).<sup>15</sup>, es la partícula subsiguiente de cada signo lo que le otorga la diferencia conceptual a cada conjunto marcario, por un lado el signo solicitado se acompaña de la partícula “VET” la cual hace alusión a veterinaria, entendida como: *“Disciplina que se ocupa principalmente de prevenir y curar las enfermedades de los animales, así como de controlar los alimentos de origen animal”*.<sup>16</sup>

Por su parte, la familia de marcas opositoras cuenta con la expresión “verde” la cual hace referencia a un color: *“Semejante al de la hierba fresca o al de la esmeralda, y que ocupa el cuarto lugar en el espectro luminoso”*.<sup>17</sup>

<sup>12</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 73-IP-2004. “Estas marcas están constituidas por denominaciones ya conocidas por los consumidores; el significado de estas denominaciones penetrará con mayor fuerza en la mente del consumidor y será recordado más fácilmente por el mismo”

<sup>13</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 56-IP-1999. “La similitud ideológica que conlleva el riesgo de confusión, deriva del mismo contenido conceptual de las dos marcas o de la vocación que aquellas produzcan por medio del signo, aunque las palabras no sean las mismas o el signo no sea idéntico. En uno u otro caso, en la mente del consumidor se reproduce la misma idea o concepto”.

<sup>14</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 20-IP-1995. “Fernández-Novoa sobre el punto expresa: “...Mantengo que el significado de la denominación constitutiva de la marca desempeña un papel preponderante en el proceso de fijar la impresión general de la marca denominativa. Pienso, en efecto, que en la hipótesis de marcas denominativas arbitrarias y sugestivas, la dimensión más característica de la marca es su significado...”, (“Fundamentos de Derecho de Marcas”, Editorial Montecorvo, S.A, Madrid, 1984, pág. 219)”

<sup>15</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.8.1 en línea]. < <https://dle.rae.es/cruz>> [diciembre de 2025].

<sup>16</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.8.1 en línea]. <<https://dle.rae.es/veterinario?m=form>> [diciembre de 2025].

<sup>17</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.8.1 en línea]. < <https://dle.rae.es/verde?m=form>> [diciembre de 2025].

Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

Así las cosas, así las cosas, mientras el signo solicitado representa el concepto de la veterinaria, la familia de marcas opositoras representa el concepto del color verde, motivo por el cual se descarta cualquier posibilidad de un riesgo de asociación.

Además, si bien comparten el uso de la palabra CRUZ, esta expresión se encuentra presente en la conformación de diversas marcas que, identificando productos y servicios semejantes, coexisten de manera pacífica con las marcas fundamento de oposición, como se observa de los siguientes ejemplos que llevan a inferir que no existe exclusividad en su uso, siendo una palabra que debe ser relegada del análisis de confundibilidad por ser de uso común:

| Expediente No.  | Certificado No. | Denominación                        | Etiqueta                                                                            | Vigencia      | Estado(s)  | Examinador Principal           | Tributar                                                                                          | Clase(s)                        |
|-----------------|-----------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 42087813        | 354192          | BAYER (EN FORMA DE CRUZ)            |    | 30 abr. 2028  | Registrada | Data migration                 | BAYER AKTIENGESSELLSCHAFT                                                                         | 5                               |
| 30045831        | 410905          | CAROLINA CRUZ                       |                                                                                     | 24 sept. 2030 | Registrada | Data migration                 | TATIANA ZULIAGA LASERNA PRODUCCION & REPRESENTACION SAS SIGLA TZL PRODUCCION Y REPRESENTACION SAS | 5                               |
| 12104368        | 480801          | METODO nec by Dr. Hector Fabio Cruz |  | 11 dic. 2033  | Registrada | Data migration                 | CRUZ Y GANDINI S.A.S.                                                                             | 44                              |
| 32045081        | 608052          | Dr. Jonny Cruz                      |  | 01 mar. 2028  | Registrada | Data migration                 | DR. JONNY CRUZ SAS                                                                                | 5, 44                           |
| 31117090        | 925684          | CARO CRUZ                           |                                                                                     | 30 sept. 2035 | Registrada | Data migration                 | TATIANA ZULIAGA LASERNA PRODUCCION & REPRESENTACION SAS SIGLA TZL PRODUCCION Y REPRESENTACION SAS | 3, 5, 9, 14, 16, 18, 25, 41     |
| 35254789        | 559317          | L' PELUQUERIA Monica Cruz           |  | 27 jun. 2026  | Registrada | JOHN JAIRO PEÑA PORRAS         | MONICA CRUZ S.A.S                                                                                 | 44                              |
| 35254775        | 550350          | Mónica Cruz L' BARBERIA.            |  | 27 jun. 2026  | Registrada | JOHN JAIRO PEÑA PORRAS         | MONICA CRUZ S.A.S                                                                                 | 44                              |
| 321304335       | 38472A          | BAYER-CRUZ                          |                                                                                     | 14 dic. 2031  | Registrada | Data migration                 | BAYER AKTIENGESSELLSCHAFT                                                                         | 5                               |
| 321920945       | 106493          | CRUZ BAYER                          |                                                                                     | 27 nov. 2029  | Registrada | Data migration                 | BAYER AKTIENGESSELLSCHAFT                                                                         | 5                               |
| 34943007        | 176007          | CRUZ VERDE                          |  | 12 may. 2035  | Registrada | Data migration                 | FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.                                                                         | 5                               |
| SD20217/0037591 | 584274          | GRANJA PORCICOLA SANTA CRUZ         |  | 31 ene. 2028  | Registrada | LUIS EDUARDO MALDONADO CORTES  | GRANJA PORCICOLA SANTA CRUZ S.A.S.                                                                | 44                              |
| SD20218/0079165 | 645412          | JUAN MANUEL CRUZ VARGAS             |  | 23 abr. 2030  | Registrada | MARIA ALEJANDRA MARTINEZ ORTIZ | Juan Manuel Cruz Vargas                                                                           | 44                              |
| SD20219/0095849 | 656090          | CAROLINA CRUZ                       | CAROLINA CRUZ                                                                       | 17 jul. 2030  | Registrada | Yors Alexander Zamudio Lopez   | TATIANA ZULIAGA LASERNA PRODUCCION & REPRESENTACION SAS SIGLA TZL PRODUCCION Y REPRESENTACION SAS | 3, 5, 9, 14, 16, 18, 25, 35, 41 |
| SD2021/0021693  | 691950          | OLGA LUCIA VELASCO CRUZ             |  | 04 oct. 2031  | Registrada | Ana Milena Quintín Gonzalez    | Olga Lucia Velasco Cruz                                                                           | 35, 41, 44                      |
| SD2021/0029460  | 691702          | Fundación Victoria de la Cruz       |                                                                                     | 29 sept. 2031 | Registrada | ISABEL EUGENIA CORZO GUALDRON  | FUNDACION VICTORIA DE LA CRUZ                                                                     | 41, 44, 45                      |
| SD2022/0049308  | 730754          | SANTA CRUZ SPA DE UÑAS              |  | 05 abr. 2033  | Registrada | YEMY HERRERA                   | Erika Cruz Ospina                                                                                 | 44                              |
| SD2023/0055243  | 760528          | SOMOS CRUZ ROJA                     |  | 29 jul. 2034  | Registrada | TANIA BERNAL                   | SOCIEDAD NACIONAL DE LA CRUZ ROJA COLOMBIANA                                                      | 5, 10, 18, 25, 35               |
| SD2023/0053529  | 761451          | Hotel Sierra De La Cruz             |  | 14 ago. 2034  | Registrada | Daniel Bernal Velilla          | senda luz vargas sierra                                                                           | 43, 44                          |

En consecuencia, pese a la coincidencia en el uso de la palabra CRUZ no es posible fundamentar la existencia de confundibilidad en el hecho de compartir dicha expresión



Ref. Expediente N° SD2025/0074239

cuando la misma forma parte de una variedad de marcas, de manera que damos aplicación a lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, sobre el particular: “una marca que contenga una partícula de uso común no puede impedir su inclusión en marcas de terceros y fundar, en esa sola circunstancia, la existencia de confundibilidad, ya que entonces se estaría otorgando a su titular un privilegio inusitado sobre un elemento de uso general o necesario. El titular de una marca con un elemento de uso común sabe que tendrá que coexistir con las marcas anteriores y con las que se han de solicitar en el futuro. Esta realidad, necesariamente, tendrá efectos sobre el criterio que se aplique en el cotejo, por ello se ha dicho que esos elementos de uso común son necesariamente débiles y que los cotejos entre marcas que los contengan deben ser efectuados con criterio benevolente”<sup>18</sup>.

En consecuencia de lo anterior, esta Dirección observa que si bien se presentan ciertas semejanzas entre los signos cotejados, al compartir algunas de sus letras, dicha coincidencia se ve diluida al analizar cada signo en su integridad, máxime cuando recae en una palabra de uso común CRUZ, siendo sus elementos adicionales conceptualmente diversos: VET vs VERDE.

En efecto, el signo solicitado en registro presenta una composición silábica menor, al contener tan solo una palabra de dos vocales que se pronuncian en dos sílabas o golpes de voz, CRUZ – VET, además de evocar su propia idea o concepto, relacionado con un cuidado veterinario, lo cual le confiere una percepción completamente disímil, permitiendo la diferenciación en todos los campos: conceptual, gramatical y fonética. Mientras que las marcas opositoras contienen un total de dos términos CRUZ y VERDE, con una mayor extensión, y cuyo significado difiere diametralmente.

Es decir, si bien el signo solicitado reproduce parcialmente a los signos registrados, en su visión de conjunto no resultan confundible en la medida en que presentan elementos particulares ideológicos, nominativos y gráficos, que permiten su individualización; lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto.

Según las consideraciones antes expuestas, aunque los signos confrontados coinciden en algunas de sus letras, los elementos conceptuales, nominativos y gráficos que presentan, permiten su individualización, por lo que el uso del signo pretendido no es susceptible de acarrear riesgo de confusión en el mercado.

Teniendo en cuenta, que no existe 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 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.

## Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

<sup>18</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones. Interpretación Prejudicial, Proceso N° 31-IP-2003.

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

## RESUELVE

**ARTÍCULO 1:** Declarar infundadas las oposiciones interpuestas por **FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.**, frente a la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza.

**ARTÍCULO 2:** Declarar infundadas las oposiciones interpuestas por **FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.**, frente a la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

**ARTÍCULO 3:** Declarar infundadas las oposiciones interpuestas por **FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.**, frente a la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza.

**ARTÍCULO 4:** Conceder el registro de la Marca Cruzvet (Mixta).



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

**5:** Medicamentos para uso veterinario; preparaciones de diagnóstico para uso médico o veterinario; preparaciones de diagnóstico para uso médico y veterinario; preparaciones farmacéuticas para uso veterinario; preparaciones farmacéuticas y veterinarias para uso médico; preparaciones para diagnóstico de uso médico o veterinario; preparaciones para diagnóstico de uso médico y veterinario; preparaciones para uso médico y veterinario; preparaciones químicas para uso médico y veterinario; preparaciones químicas para uso veterinario; preparaciones sanitarias para uso veterinario; preparaciones veterinarias; preparados farmacéuticos para uso veterinario; preparados y sustancias veterinarias; productos de lavado insecticidas para uso veterinario; productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos veterinarios; remedios para uso veterinario; suplementos alimenticios para uso farmacéutico y veterinario; suplementos alimenticios para uso veterinario; suplementos dietéticos para uso veterinario; supositorios para uso veterinario; sustancias dietéticas para uso veterinario; sustancias y preparaciones veterinarias; sustancias y preparados veterinarios; ungüentos para uso veterinario.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: DROGUERIAS Y FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.S.  
CALLE 97 NO 13 14  
BOGOTÁ D.C.  
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

**ARTÍCULO 5:** Conceder el registro de la Marca Cruzvet (Mixta).



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

**35:** Servicios de venta minorista prestados por droguerías; servicios de venta minorista en relación con preparaciones veterinarias; servicios de venta minorista en relación con preparaciones y artículos veterinarios; servicios de venta minorista o al mayorista de medicamentos veterinarios; servicios de venta minorista o mayorista de preparaciones

Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

veterinarias; 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 aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios; servicios de venta minorista y mayorista de aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones médicas y veterinarias; servicios de venta minorista y mayorista de preparaciones medicinales y veterinarias; servicios de venta minorista y mayorista de productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; servicios de venta minorista y mayorista de productos higiénicos y sanitarios para uso médico, alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario; venta minorista o mayorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos; servicios de venta minorista de aparatos veterinarios; servicios de venta minorista de artículos veterinarios; servicios de venta minorista de instrumentos veterinarios; servicios de venta minorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos; servicios de venta minorista de preparaciones veterinarias; servicios de venta minorista de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de venta minorista en relación con aparatos veterinarios; servicios de venta minorista en relación con artículos veterinarios; servicios de venta minorista en relación con instrumentos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de aparatos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de artículos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de instrumentos veterinarios; servicios de tiendas mayoristas en línea de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de aparatos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de instrumentos veterinarios; servicios de tiendas minoristas de preparaciones veterinarias; servicios de tiendas minoristas de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de aparatos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de artículos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de instrumentos veterinarios; servicios de tiendas minoristas en línea de preparaciones veterinarias; servicios de tiendas minoristas en línea de preparaciones y artículos veterinarios; servicios de venta al por mayor de aparatos de uso veterinario; servicios de venta al por mayor de instrumental de uso veterinario; servicios de venta al por mayor de preparaciones veterinarias; servicios de venta al por mayor de preparaciones y productos veterinarios; servicios de venta al por mayor de productos veterinarios; servicios de venta al por menor de aparatos de uso veterinario; servicios de venta al por menor de instrumental de uso veterinario; servicios de venta al por menor de preparaciones veterinarias; 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 al por menor o al por mayor de preparaciones veterinarias.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: DROGUERIAS Y FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.S.  
CALLE 97 NO 13 14  
BOGOTÁ D.C.  
C OLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

**ARTÍCULO 6:** Conceder el registro de la Marca Cruzvet (Mixta).



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:



Resolución N° 7119

Ref. Expediente N° SD2025/0074239

**44:** Servicios de asesoramiento veterinario; servicios de cuidado de mascotas [servicios médicos, veterinarios y de aseo]; servicios de información en materia de productos farmacéuticos veterinarios; servicios de información médica y veterinaria prestados por internet; servicios de información relacionados con productos farmacéuticos veterinarios; servicios de información veterinaria prestados por internet; servicios médicos y veterinarios; servicios veterinarios; suministro de información sobre servicios veterinarios.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: DROGUERIAS Y FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.S.  
CALLE 97 NO 13 14  
BOGOTÁ D.C.  
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

**ARTÍCULO 7:** Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

**ARTÍCULO 8:** Notificar a **DROGUERIAS Y FARMACIAS CRUZ VERDE S.A.S.**, solicitante del registro y a **FARMACIAS CRUZ VERDE S.A** 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 9:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 4 de febrero de 2026



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**