

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 17100

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

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 7 de agosto de 2025, la sociedad **De Bedout Representaciones S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **TOFU Cat litter (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076 del 19 de agosto de 2025, la sociedad **Sanic Import S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en la causal de irreregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“Los signos en conflicto presentan también una fuerte semejanza fonética. Esta afirmación resulta obvia si tenemos en cuenta que su composición gramática y ortográfica resulta ser casi idéntica.

Así, al pronunciar la expresión TOFU CAT LITTER porción nominativa destacada del signo solicitado genera un sonido casi idéntico y asociable al que se produce al pronunciar la marca registrada TOFU PREMIUM.

La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces y terminaciones; sin embargo, deben tenerse también en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

Aunque la marca objeto de oposición posee tres palabras la primera de ellas reproduce también la primera y más importante de la marca registrada, las cuales se pronuncian de manera idéntica.

(...)

Debemos de anotar que tanto la expresión TOFU PREMIUM como TOFU CAT LITTER, contienen la expresión TOFU reconocida en el idioma español y con significado conocido en nuestro idioma y, por tanto, ante la gran semejanza visual, ortográfica y fonética son asociables por el consumidor, por tales sentidos evocan al mismo concepto o idea.

Por las razones expuestas, podemos concluir la semejanza ortográfica, fonética y conceptual entre los signos en disputa, las cuales generan inmediatamente riesgo de confusión y asociación en el mercado; probado este primer supuesto, es necesario también analizar la relación que existe entre los productos y/o servicios que distinguen estos signos.

¹ 31: Arena aromática para lechos de animales de compañía; arena higiénica para animales; arena higiénica para animales domésticos; arena para bandejas higiénicas para animales de compañía; arena para bandejas higiénicas para mascotas; arena sanitaria para animales; arena sanitaria para animales pequeños.

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

(...)

De los anteriores criterios, podemos determinar que los signos en conflicto presentan además de la identidad ortográfica, fonética, gráfica y conceptual, presentan una conexión competitiva ya que los productos y servicios que pretende comercializar la marca objeto de oposición, van dirigidos al mismo nicho de mercado, como es para los propietarios de mascotas o animales de compañía, y en el caso concreto al tipo de animal que usa arenas para bandejas higiénicas como son los gatos en específico, por tal motivo presentan total identidad, teniendo en cuenta los criterios y factores de conexión competitiva que establece el Tribunal Andino, es claro que ambos signos NO podrán coexistir ya que los productos y servicios que se pretenden identificar van íntimamente relacionados y van dirigidos al mismo sector de la industria por ende a los mismos consumidores; es así que se podrá determinar que su público, finalidad y los canales de comercialización que utilizará el nombre comercial previamente existente y la marca objeto de esta oposición, serán los mismos, ya que está siempre va a ser orientada y relacionada principalmente con “la intención del consumidor” y el “objetivo de compra” es decir para satisfacer un tipo de necesidades, por eso al hacer el estudio comparativo entre los signos, este será un elemento fundamental que nos lleva a concluir que compartirán los mismos canales de publicidad, canales de comercialización, y mismo público o consumidor objetivo.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **De Bedout Representaciones S.A.S**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“El signo mixto está compuesto por un elemento figurativo y elementos denominativos. La parte gráfica consiste en la ilustración de un gato de estilo animado, representado con rasgos amigables y expresión tierna. El gato aparece vestido con un traje espacial, incluyendo un casco transparente de forma semiesférica que deja ver completamente su cabeza. El diseño presenta efectos de brillo y sombreado que resaltan los contornos del personaje y aportan profundidad a la ilustración.

En la zona inferior central del signo se ubica el elemento denominativo “TOFU”, escrito en letras mayúsculas, de trazo grueso y estilo redondeado. El texto cuenta con un borde o contorno que le otorga mayor realce visual. Debajo, en un tamaño considerablemente menor, aparece la frase “Cat Litter”, en tipografía manuscrita y delgada.

En la parte superior izquierda del conjunto gráfico se observa un fondo geométrico rectangular con esquinas redondeadas, lo que complementa la composición general y equilibra visualmente el diseño.

El signo, en conjunto, transmite una imagen moderna, amigable y orientada al mercado de productos para mascotas, combinando elementos gráficos llamativos con denominaciones claramente legibles.

TERMINO TOFU DESCRIPTIVO

En el mercado de productos para mascotas, “tofu” es un término usado internacionalmente para designar la materia prima de ciertas arenas para gatos. La propia SIC ha reiterado que no se puede monopolizar un término que describe el material, clase o tipo de producto.

(...)

En Colombia y en múltiples jurisdicciones, la expresión “tofu cat litter” se utiliza para describir un producto específico: arena para gatos fabricada a base de tofu.

Ejemplos del uso descriptivo en la clase 31:

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

- “Tofu cat litter biodegradable”
- “Arena para gatos a base de tofu”
- “Tofu pellet cat litter”

Por tanto, el consumidor identifica la palabra TOFU como tipo de arena, no como origen empresarial.

3. El propio opositor reconoce el carácter descriptivo

En su escrito, la oponente afirma que “TOFU es una palabra reconocida en el idioma español”. Precisamente por ello, si tiene significado directo, la normativa comunitaria impide su apropiación exclusiva cuando describe características del producto.

En conclusión:

*TOFU no es distintivo.
TOFU no identifica origen empresarial.
TOFU es un genérico necesario para el comercio*

El oponente no puede impedir que otros agentes del mercado utilicen un término indispensable para describir productos a base de tofu.

(...)

Aun si se aceptara el análisis propuesto por la contraparte lo cual no ocurre, el signo solicitado TOFU CAT LITTER presenta diferencias suficientes para excluir confusión.

1. Diferencias conceptuales

- *TOFU PREMIUM alude a una supuesta “calidad superior”.*
- *TOFU CAT LITTER describe literalmente “arena para gatos hecha de tofu”.*

Sus conceptos son radicalmente distintos:

Uno es calificativo (“premium”),

El otro es descriptivo del producto (“cat litter”).

2. Diferencias denominativas

Los signos presentan estructuras denominativas distintas:

- *El signo del oponente: TOFU + PREMIUM*
- *Signo solicitado: TOFU + CAT + LITTER*

El acompañamiento CAT LITTER es completamente diferente y describe el destino del producto.

Además, el elemento “TOFU” no puede considerarse distintivo ni dominante por ser genérico. La comparación debe hacerse sobre los elementos distintivos, no sobre los descriptivos.

3. Diferencias gráficas

Las marcas mixtas presentan:

- *Diferente tipografía*

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

- *Diferente diseño del gato*
- *Diferentes colores*
- *Diferente composición general*

El Tribunal Andino es claro:

Cuando los elementos descriptivos coinciden, el análisis recae en los elementos de fantasía.

Aquí, los elementos gráficos y la estructura del signo solicitado son totalmente diferentes.

4. Diferencia en la presentación comercial

Mientras la marca del oponente sugiere una línea premium, la solicitada comunica el tipo de producto, lo cual genera percepciones distintas en el consumidor.

(...)

1. La solicitud se solicito como un conjunto marcario

2. TOFU es genérico y descriptivo para identificar arena para gatos elaborada a base de tofu; por tanto, carece de distintividad y no puede ser monopolizada.

3. Las marcas TOFU PREMIUM y TOFU CAT LITTER presentan diferencias gráficas, conceptuales y denominativas suficientes que excluyen riesgo de confusión.

5. El análisis de confundibilidad presentado por la oponente se basa en la coincidencia de un término no apropiable, lo cual no es jurídicamente aceptable.

6. No existe afectación a derechos previos del oponente, pues la parte común entre los signos carece de capacidad distintiva.

7. La oposición carece de fundamento y debe rechazarse"

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

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

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	TOFU PREMIUM	SANIC IMPORT S.A.S	SD2024/0062097	12	31	Marca	04/09/2035	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.
•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.
•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.
•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

- a) **El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios.** Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.
- b) **La complementariedad entre sí de los productos o servicios.** Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.
- c) **La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad).** Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0079175

Signo solicitado	Signo opositor
 TOFU Cat litter	 TOFU PREMIUM

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁴.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado 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”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar 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”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.



Ref. Expediente N° SD2025/0079175

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁵ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

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

Análisis comparativo

Para iniciar, es importante advertir que, el análisis de confundibilidad de las marcas objeto de confrontación se debe seguir las siguientes reglas:

“La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman los signos en conflicto; es decir, cada uno debe analizarse con una visión integral y de conjunto, teniendo en cuenta la unidad de sus componentes ortográficos, fonéticos, conceptuales o ideológicos y gráficos o figurativos”⁷”.

Para el caso en concreto, nos encontramos frente al análisis de una marca de carácter mixto, la cual se compone de la expresión TOFU Cat litter, el cual se acompaña de la figura de un gato vestido de astronauta, en donde la parte superior se encuentran las expresiones efectivamente pronunciables.



⁵ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso.

⁶ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁷ TJCA Proceso N° 145-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al incluir la expresión TOFU, esta Dirección considera que los signos confrontados no son susceptibles de generar confusión directa e indirecta, pues desde el plano visual, fonético, ortográfico y conceptual presentan diferencias notables que hacen apta su convivencia pacífica en el registro.

En este punto es preciso determinar que, por un parte, si bien la marca registrada en su conformación reivindica la expresión “TOFU”, la cual por su connotación se asocia al material de fabricación de la arena de gatos⁸, es importante establecer que dicha situación no otorga derechos en exclusiva sobre dicha expresión, por lo que es necesario definir que el alcance de la protección de la marca previamente registrada se circunscribe al conjunto marcario visto en conjunto.

En efecto, esta Dirección observa que las posibles similitudes de las marcas del orden fonético, ortográfico y conceptual se reducen exclusivamente a la incorporación de una expresión de uso común, en donde el rol de dicha expresión es informar al consumidor sobre el material de fabricación de productos tales como *Arena aromática para lechos de animales de compañía; arena higiénica para animales; arena higiénica para animales domésticos; arena para bandejas higiénicas para animales de compañía; arena para bandejas higiénicas para mascotas; arena sanitaria para animales; arena sanitaria para animales pequeños.*

De igual forma, esta Dirección encuentra en las marcas objeto de confrontación concepciones de diseño totalmente distintas que hacen que las marcas visualmente sean percibidas por el consumidor de distintas maneras, siendo la marca pretendida una marca de un impacto visual fuerte por un gato vestido de forma de astronauta, frente a la marca opositora que generan un impacto más suave y delicado a partir de la silueta de un gato. Por ende, pretender oponerse a cualquier signo que incorpore dentro de su conjunto una expresión de uso común causaría un daño lesivo a la libre competencia en el sector de las arenas sanitarias para animales, al excluir un término necesario para describir la materia prima de fabricación del producto.

Por lo tanto, esta Dirección no encuentra similitud capaz de generar riesgo alguno debido a las diferencias de los gráficos que conforman las marcas objeto de confrontación (Trazos de diseño opuestos, y caligrafía específica para las marcas mixtas).

Finalmente, es importante aclarar que, la concesión del signo se realizará en conjunto, por lo que el derecho de exclusividad sobre la marca **TOFU Cat litter (Mixta)** será sobre todos los elementos que conforman la marca, por lo que se excluye el derecho de exclusividad sobre la forma de la botella y el color aisladamente considerados.

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.

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

⁸ https://petgold.com.co/productos/arena-ecologica-para-gato-de-tofu/?srsltid=AfmBOocG6-nFCS5N4U9CZ1gFbHF7yZrSGP5yKgH3o0_blhCRUT5Givl

La arena ecologica para gato de tofu marca ultrakat 6lb alta calidad es la solución ideal para quienes buscan un producto de alta calidad, amigable con el medio ambiente y seguro para sus mascotas. Elaborada con tofu natural, este tipo de arena se ha convertido en una alternativa innovadora frente a las arenas tradicionales, ofreciendo beneficios tanto para el gato como para el hogar y el planeta.

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

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,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Sanic Import S.A.S.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **TOFU Cat litter (Mixta)**.



Limitación al alcance del derecho:

SOBRE EL CONJUNTO MARCARIO NOMINATIVO GRÁFICO
LA EXPRESIÓN TUFU CAT LITTER ES EXPLICATIVA

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

31: Arena aromática para lechos de animales de compañía; arena higiénica para animales; arena higiénica para animales domésticos; arena para bandejas higiénicas para animales de compañía; arena para bandejas higiénicas para mascotas; arena sanitaria para animales; arena sanitaria para animales pequeños.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: De Bedout Representaciones S.A.S
Calle 8B # 65-241 Bodega 4001
Medellín Antioquia
Colombia

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

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **De Bedout Representaciones S.A.S**, solicitante del registro y a la sociedad **Sanic Import 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 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Resolución N° 17100

Ref. Expediente N° SD2025/0079175

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 10 de marzo de 2026



**DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**