

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 42488

Ref. Expediente N° SD2025/0120059

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 20 de noviembre de 2025, la sociedad **Softys S.A.**, solicitó el registro de la Marca **OK PET (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1087 del 9 de diciembre de 2025, la sociedad **Digital Pet Estamos a un Clic S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad 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:

“En el presente caso, la marca OK PET, solicitada para distinguir productos cosméticos en la Clase 03, carece de distintividad extrínseca, en la medida en que no posee la capacidad de diferenciarse frente a la marca previamente solicitada ON.KO PET, solicitada por mi representada DIGITAL PET, la cual identifica productos también comprendidos en la Clase 05, tales como preparaciones veterinarias, suplementos alimenticios para animales, medicamentos para uso veterinario, entre otros.

La similitud fonética y ortográfica entre los signos ON.KO PET y OK PET, sumada a la conexidad competitiva entre las clases de los productos que protege, genera un alto riesgo de confusión en el consumidor. Este podría erróneamente asumir que los productos identificados por la marca solicitada provienen de la misma fuente empresarial o que existe algún tipo de vínculo comercial entre ambas compañías.

Tal circunstancia afecta directamente el principio de protección al consumidor, al inducirlo a error respecto del origen empresarial de los productos ofrecidos en el mercado.

(...)

La jurisprudencia ha establecido que, al realizar el cotejo marcario, el funcionario debe hacer una apreciación sucesiva y no simultánea de las marcas. Esto debido a que, en la práctica, un consumidor con atención media no suele observar ambos signos al mismo tiempo, sino que el recuerdo del primero influye sobre la percepción del segundo, momento en el cual cobran relevancia las semejanzas entra éstos.

Esta regla busca evitar que el funcionario realice una comparación simultánea de los signos, pues ésta no refleja adecuadamente la realidad, donde lo habitual es que los signos se encuentren en contextos distintos de tiempo y espacio.

Así las cosas, lo más probable será que la impresión que produce el primer signo condicione al consumidor en su visión del segundo, llevándolo necesariamente a

¹ 3: Champús para animales (preparaciones de higiene no medicamentosas); cosméticos para animales; desodorantes para animales de compañía; toallas húmedas para limpiar a los animales.

Ref. Expediente N° SD2025/0120059

confundirlos por ser casi idénticos, como se evidencia a continuación:

OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET
– ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO
PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK
PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET –
ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO
PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET - OK PET – ON.KO PET –

$$\left(\begin{array}{c} \vdots \end{array} \right)$$

Como se puede apreciar en el audio adjunto, la similitud fonética de ambas marcas se percibe en tres aspectos principales:

- *Coincidencia en la estructura sonora: Ambas marcas comparten la misma terminación “PET”, que constituye el elemento más distintivo y recordable del signo, y que es idéntico en su pronunciación.*
- *Proximidad fonética en el primer elemento: Los sonidos “OK” y “ON.KO” son extremadamente cercanos en español, ya que comparten la vocal inicial “O” y la consonante “K”, lo que genera una percepción auditiva muy similar.*
- *Identidad en la sílaba tónica: En ambos signos, la acentuación recae en la primera sílaba, reforzando la semejanza al ser articulados verbalmente.*

La diferencia gráfica introducida por el punto en “ON.KO” no tiene incidencia en la pronunciación, por lo que el consumidor promedio, al escuchar los signos, difícilmente podrá distinguir entre OK PET y ON.KO PET. Esta semejanza fonética es particularmente relevante en el mercado, donde la comunicación oral, por ejemplo, en recomendaciones veterinarias, ventas telefónicas o publicidad radial, es habitual.

En consecuencia, la coincidencia fonética sustancial entre ambos signos incrementa significativamente el riesgo de confusión, ya que el consumidor podría asumir erróneamente que los productos identificados por la marca OK PET provienen de la misma fuente empresarial que aquellos ofrecidos bajo la marca ON.KO PET, o que existe algún vínculo comercial entre ambas compañías.

$$\left(\begin{array}{c} \vdots \end{array} \right)$$

En este caso, tanto “ON.KO” como “OK” son expresiones que no describen los productos ni sus propiedades, por lo que la fuerza conceptual recae en el término “PET”. Esta coincidencia ideológica se intensifica porque ambos signos transmiten la misma idea: cuidado y bienestar de mascotas, lo que genera una asociación mental inmediata en el consumidor. Esta evocación conceptual no se limita a la coincidencia fonética, sino que se proyecta en el plano ideológico, creando la impresión de que los productos provienen de la misma empresa o de líneas complementarias. El consumidor promedio, al enfrentarse a cualquiera de los signos, puede asumir que existe una relación comercial entre ellos, especialmente considerando que los productos identificados por ambas marcas comparten canales de comercialización, puntos de venta y público objetivo.

Debe tenerse en cuenta que el consumidor promedio no realiza un análisis técnico ni simultáneo de los signos, sino que los enfrenta en contextos cotidianos, separados en el tiempo y mediados por publicidad, recomendaciones veterinarias, empaques o plataformas digitales. En estos escenarios, la impresión generada por un signo puede transferirse fácilmente al otro, especialmente cuando existe una coincidencia sustancial en la composición fonética e ideológica.

Esta situación configura un escenario de confusión indirecta, en el que el consumidor,

Ref. Expediente N° SD2025/0120059

sin necesidad de comparar los signos lado a lado, asume una relación comercial o empresarial entre ellos. El TJCA ha reiterado que el análisis debe partir de la impresión de conjunto que el signo genera en el consumidor, quien no actúa con un nivel de atención elevado ni con criterios técnicos, lo que refuerza la relevancia de la coincidencia conceptual en este caso.

En virtud de lo anterior, al existir una coincidencia ideológica relevante entre los signos ON.KO PET y OK PET, así como una relación competitiva entre los productos que identifican, todos orientados al cuidado y bienestar animal, se configura un riesgo real y jurídicamente significativo de confusión en el mercado. Este riesgo vulnera tanto el derecho exclusivo del titular de la marca previamente solicitada, como el derecho del consumidor a recibir información clara, veraz y diferenciada sobre el origen empresarial de los productos que adquiere. La coincidencia conceptual, sumada a la similitud fonética previamente analizada, incrementa sustancialmente el riesgo de confusión, lo que justifica la oposición al registro solicitado.

(...)

Lexema y morfema

Ambos signos comparten el lexema “PET”, que imprime el significado esencial vinculado a mascotas. Este fragmento es el núcleo conceptual y el elemento que más impacta en la mente del consumidor, pues define la categoría de productos. Los morfemas añadidos, “Ök” con huella y “On.Ko” con punto y contorno, no modifican esta raíz léxica ni generan un nuevo significado capaz de contrarrestar la asociación. La coincidencia en el lexema refuerza la idea de que los productos provienen del mismo origen empresarial, ya que el consumidor transfiere la impresión generada por el elemento común a todo el conjunto.

Sílaba tónica

La acentuación principal recae en la primera palabra de cada signo y en el término “PET”, que en español se pronuncia con golpe tónico final. Esta coincidencia en la colocación de los acentos produce una cadencia prosódica similar, que se proyecta en la percepción visual cuando el consumidor lee y “oye” mentalmente el signo. La estructura breve seguida de “PET” refuerza la inexistencia de una capacidad para distinguirse desde una perspectiva auditiva y visual, incrementando el riesgo de confusión.

Orden de las vocales

Ambos signos inician con la vocal “O” y terminan en “E” dentro de “PET”. En “On.Ko”, el primer bloque repite la “O”, mientras que en “Ök” la diéresis no altera el timbre básico de la vocal. Esta coincidencia en la secuencia vocálica dominante contribuye a una similaridad de ritmo visual y sonoro, lo que refuerza la percepción de semejanza entre los signos.

(...)

A pesar de que los productos no son idénticos, existe una clara afinidad funcional y de destino común, pues todos están orientados al cuidado y bienestar de animales de compañía. Desde la perspectiva del consumidor promedio, ambos grupos de productos forman parte de la misma rutina de cuidado animal, lo que genera una relación de complementariedad evidente: los productos de la Clase 05 atienden la salud y nutrición del animal, mientras que los de la Clase 03 se enfocan en su higiene y apariencia. Esta relación funcional refuerza la percepción de que podrían provenir del mismo origen empresarial, especialmente porque en la práctica comercial es común que las marcas para mascotas ofrezcan líneas integrales que incluyen medicamentos, suplementos y productos de aseo bajo una misma denominación.

Ref. Expediente N° SD2025/0120059

Adicionalmente, se configura el criterio de racionalidad, conforme lo ha señalado el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el Proceso 21-IP-2018, al indicar que la conexidad competitiva se determina por la posibilidad real de que el consumidor perciba los productos como relacionados en su uso o destino. En el mercado actual, es habitual que un mismo empresario diversifique su portafolio de productos para mascotas, ofreciendo tanto medicamentos y suplementos como champús, cosméticos y toallas húmedas bajo una misma marca o familia marcara. Esta práctica incrementa el riesgo de asociación indirecta entre los signos enfrentados, pues el consumidor medio, al ver dos marcas tan similares que identifican productos complementarios, puede asumir que se trata de una extensión de línea o de una estrategia de segmentación de la misma empresa.

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

“Resulta entonces curioso que el opositor manifieste que la solicitud de registro del signo Ok Pet que es idéntica a la que ya tiene registrada mi representada, puede generar riesgo de confusión con su marca, aún cuando identifican productos contenidos en diferentes clases, pero la marca OK PET protegida en Clase 5 de Softys S.A. ya coexiste con la marca opositora sin que se genere riesgo de confusión.

Teniendo en cuenta lo anterior, es claro que mi representada ya tiene protección de su marca OK PET, con un logo idéntico y para productos contenidos en la Clase 5 y que están relacionados con los productos de la Clase 3 que pretende amparar la solicitud de la referencia, sin que la coexistencia con la marca opositora haya generado algún tipo de confusión, por el contrario, el consumidor ya tiene presente en su mente la marca OK PET e individualiza perfectamente al empresario que le ofrece dichos productos.

En consecuencia, la coexistencia entre la marca opositora y el signo solicitado por representada no generará riesgo de confusión alguno.

(...)

→ Lo primero es que las marcas visualmente presentan varias diferencias. Por un lado, el signo de mi representada se describe como la unión de las partículas OK y PET, donde OK se encuentra en la parte superior y en un mayor tamaño en comparación a la partícula PET y la O de OK tiene unos círculos pequeños en la parte superior, evocando la idea de que se trata de una huella de un animal.

→ Por su parte, la marca opositora visualmente se describe como un signo conformado por las expresiones ON.KO y PET, con una fuente sencilla, en colores blanco y azul, y un borde grueso, sin elementos gráficos adicionales.

(...)

Como se observa de lo anterior, las marcas únicamente coinciden en la primera vocal y en la expresión PET; no obstante, esta última se encuentra presente en varios registros en las Clases 3 y 5, siendo entonces una partícula de libre uso y cuya exclusividad no puede recaer en un único empresario.

→ Frente al criterio fonético, es claro que si no existen coincidencias ortográficas, no se presentará semejanza fonética, ya que la pronunciación de las marcas es totalmente diferente, pues por un lado el signo solicitado por mi representada se pronuncia OKEI PET, mientras que la marca opositora se pronuncia ONKO PET, sin que la coincidencia en la expresión PET sea suficiente para argumentar que la coexistencia de las marcas derivará en riesgo de confusión, ya que como se indicó en líneas anteriores, se trata de un elemento débil.

Ref. Expediente N° SD2025/0120059

→ Finalmente, conceptualmente las marcas no evocan conceptos similares ya que, en el signo solicitado la expresión OK hace referencia “aprobación, conformidad, consentimiento 1” y PET es una palabra en inglés que traduce “animal2”. Por su parte, en la marca opositora ON.KO no tiene un significado determinado y PET corresponde a “animal” en inglés; no obstante, no puede indicarse que las marcas tienen semejanza conceptual únicamente porque coinciden en la expresión PET, ya que la misma es débil por estar presente en varios registros en Clases 3 y 5 y no podría entonces establecerse que dicha coincidencia hace que el que la contenga, puede generar riesgo de confusión en el mercado, como mal lo quiere hacer ver el opositor.

Es por todo lo anterior que las marcas no presentan similitud capaz de generar confusión y, por el contrario, pueden coexistir en el mercado sin inconvenientes.”

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 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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0120059

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	ON.KO PET	DIGITAL PET ESTAMOS A UN CLIC S.A.S	SD2024/0125423	12	5	Marca	29/01/2036	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
 OK PET	 ON.KO PET

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.

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° SD2025/0120059

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.

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

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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0120059

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados OK PET / ON.KO PET presentan cierta semejanza al compartir algunas partículas, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales del orden gramatical (OK PET / ON.KO PET) que generan que al ser pronunciados, transcritos y visualizados produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Las marcas analizadas no son confundibles entre sí. En efecto, al ser pronunciadas por el consumidor OK PET / ON.KO PET, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no comparten la mayoría de sus letras, ni su disposición dentro del conjunto y mucho menos su efecto sonoro, debido a que la pronunciación de la raíz OK dota a la marca solicitada de un impacto fonético totalmente distinto al generado por la raíz (ON.KO) al momento de su debida pronunciación.

En el plano ortográfico, los signos confrontados presentan distintas cadenas consonánticas, vocálicas y silábicas (OK PET / ON.KO PET) que hacen que se emita una impresión en conjunto diferente. Así, la coincidencia en algunas letras no puede ser precepto de negación de los signos, comoquiera que los elementos adicionales que los conforman permiten su fácil diferenciación.

Cabe señalar que, los vocablos OK PET / ON.KO PET se consideran diferenciables para el consumidor medio, ya que las letras añadidas por la opositora ofrecen una primera impresión diversa, máxime teniendo en cuenta que en el registro marcario coexisten a la fecha la marca fundamento de la oposición y la marca OK PET en la Clase 5 Internacional:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	Ok Pet	Softys S.A	SD2019/0059820	11	5	Marca	Registrada

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.

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 y/o servicios 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 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 infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad Digital Pet Estamos a un Clic S.A.S.

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca OK PET (Mixta).



Ref. Expediente N° SD2025/0120059



Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

3: Champús para animales (preparaciones de higiene no medicamentosas); cosméticos para animales; desodorantes para animales de compañía; toallas húmedas para limpiar a los animales.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Softys S.A
Teatinos 280 Piso 5
Santiago De Chile Santiago
Chile

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 **Softys S.A**, solicitante del registro y a la sociedad **Digital Pet Estamos a un Clic 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.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS