

SuperZoo vs. RazasPet: la disputa por competencia desleal que divide al mercado de mascotas

SuperZoo acusa a RazasPet de imitar los colores de sus tiendas, sus productos, su sitio web e incluso sus campañas publicitarias con influencers caninos. RazasPet, por su parte, rechaza las acusaciones.

LEONARDO CÁRDENAS

La demanda por productos para mascotas en Chile no deja de crecer. Las tiendas especializadas ofrecen una amplia gama que incluye alimentos, vestimenta, juguetes y accesorios, con opciones que van desde artículos sofisticados hasta productos más accesibles.

En medio de esta expansión del mercado, dos gigantes del sector se enfrentan en tribunales en una disputa que, hasta ahora, se había mantenido bajo reserva.

“Estimados señores: Por expresa instrucción de nuestro cliente Comercializadora RYA S.A. (SuperZoo), me permito contactarlos a propósito del evidente uso no autorizado de los activos intangibles que conforman la imagen y presentación comercial de nuestro representado, tanto en locales comerciales como en plataformas virtuales, redes sociales y publicidad en general por parte de RazasPet”.

Así comienza la carta que el abogado Eugenio Gormáz, socio del estudio AZ, envió el 18 de marzo de 2024 a las oficinas centrales de RazasPet.

Era la primera señal de “advertencia” de lo que estaba por venir: un choque frontal entre las dos principales cadenas de tiendas para mascotas en el país. Y así ocurrió. El 21 de febrero de 2025, SuperZoo presentó una demanda por competencia desleal en contra de RazasPet ante el 21º Juzgado Civil de Santiago.

SuperZoo de la familia peruana Mulder es el principal actor en el mercado de tiendas de para animales. Su origen se remonta al mercado peruano, donde se consolidó bajo la marca SuperPet. En 2019, dio un salto regional al adquirir el sitio web Tiendapet.cl, marcando así su ingreso al mercado chileno bajo el nombre SuperZoo.

Actualmente, cuenta con una red de 65 tiendas en distintas zonas del país (con especial presencia en la Región Metropolitana), una plataforma de e-commerce, y un equipo de más de 600 trabajadores. Vende más de 5.000 productos para animales, incluyendo alimentos, accesorios, medicamentos y otros artículos enfocados principalmente en perros y gatos.

SuperZoo acusa a RazasPet de incurrir



en “una estrategia deliberada y sistemática destinada a confundir al público consumidor y apropiarse de la reputación y posicionamiento comercial” desde su llegada a Chile en 2019. Según la empresa, RazasPet habría copiado elementos visuales característicos de su marca, tanto en tiendas físicas como en plataformas digitales, con el fin de inducir a error a los consumidores y desviar clientela de manera ilegítima.

La demanda sostiene que RazasPet ha replicado “colores, diseño de displays, mobiliario y otros elementos visuales distintivos” en sus locales, generando una “percepción errónea de vinculación o asociación” entre ambas marcas. Asimismo, la empresa afirma que su competidora ha reproducido la misma estrategia en el canal digital, al copiar “elementos gráficos característicos de la identidad visual de SuperZoo, tales como paleta de colores, diseño web, distribución de contenido, tipografías, elementos visuales distintivos y estilos de campañas en tiendas”.

A juicio de SuperZoo, estas acciones no solo han generado confusión en el público, sino que además “han causado un perjui-

cio real y verificable”, afectando su identidad comercial, reputación y resultados económicos.

En su demanda, SuperZoo entrega un ejemplo gráfico para ilustrar la supuesta imitación por parte de RazasPet. Se trata de una publicación en Instagram donde ambas marcas promocionan productos utilizando una imagen casi idéntica: un perro poodle con un pañuelo atado al cuello y gafas de sol, posando junto a artículos para mascotas. Según la empresa demandante, su publicación antecede en un mes a la de RazasPet, lo que, a su juicio, confirma la “copia deliberada”.

“En este último ejemplo, paradigmático, es posible distinguir cómo incluso se utiliza el mismo concepto, un poodle casi idéntico, un pañuelo alrededor del cuello, anteojos de sol, posando con un producto, al igual que el comercial en redes sociales de SuperZoo”, expone el escrito.

DESCARGOS

Frente a la demanda, RazasPet desestimó las acusaciones de competencia desleal. También sostuvo que varios competidores de la demandante como por ejemplo Club

de Perros y Gatos, Distribuidora Lira, Mi Mascota es Entretenida, Mr. Party Mr. Dog, etc, utilizan el color rojo para promocionar sus servicios.

Razas Pet Shop SpA fue fundada por José Arévalo y Sabrina Tovar. Ambos comenzaron en 1998 en Venezuela con la apertura de una tienda de artículos para mascotas y, tras operar siete locales durante veinte años, se trasladaron a Chile hace ocho años, donde iniciaron actividades con un local de 150 metros cuadrados.

Actualmente, la empresa opera bajo la marca registrada Razas Pet® y mantiene 13 tiendas en Santiago, distribuidas en las comunas de Santiago, Providencia, Ñuñoa y Las Condes.

En el proceso judicial, la compañía cuenta con la asesoría legal de Andrés Grunewaldt socio de Silva.

RazaPet en su contestación sostuvo que no existe una apropiación o imitación de la imagen comercial de SuperZoo, siendo común en el mercado de los artículos de mascotas el uso del color rojo en tiendas. “Es más bien lo contrario, es el demandante que pretende mediante el ejercicio abusivo de cartas de advertencia y acciones judiciales apropiarse de elementos de uso común en el mercado de tiendas para mascotas, conducta que se encuentra expresamente sancionada en la propia Ley 20.169 de Competencia Desleal”.

Además, la demandante señala que la presentación de los productos tendría una lógica de exhibición similar, señalando que se imitarían campañas publicitarias, “lo que es totalmente falso”. “Para alegar esto, introduce la imagen de un poodle con lentes de sol y pañuelo como referencia a lo publicitado por SuperZoo, indicando que nuestro representado habría copiado una campaña publicitaria”.

RazaPet negó que copiara la “campaña publicitaria”, mostrando a un can que con sus productos al igual que lo hiciera SuperZoo. Dijo que la imagen que mostró en su demanda la competidora es una publicidad realizada por “Canelita la Perrita, una conocida influencer canina con 19.000 seguidores en Instagram, cuya imagen se publica mediante el uso de accesorios”.