

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 14691

Ref. Expediente N° SD2025/0027833

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 28 de marzo de 2025, **Bunker Importaciones S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **Búnker Bio (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 6 y 21 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1064, **Productora Bunkker Ltda.**, presentó oposición contra el registro de la Marca **Búnker Bio (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 6 y 21 con fundamento en lo establecido en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de 2000.

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

“(…)

En cuanto a la identidad formal de los signos, establecida en la primera parte del artículo transcrito, esta es incuestionable, el signo solicitado BÚNKER Bio reproduce la marca registrada BUNKKER, el cambio al agregar la expresión BIO al final, no alcanza para tenerse distintivo al signo, y mucho menos la omisión de la doble K que tiene el signo de mi cliente; por lo tanto, no se puede individualizar la expresión solicitada como marca de la marca registrada fundamento de la oposición; en efecto se evidencia, un alto riesgo de asociación y confusión frente al consumidor, quien inferirá que la marca solicitada es una variación de la marca registrada y asumirá que su origen es el mismo (...)

(…)

Como puede observarse, las marcas se escriben de manera idéntica, cumpliéndose con todos los requisitos previstos por la jurisprudencia respecto del cotejo marcario en su parte gramatical. De igual forma, la adición de la expresión BIO en la marca solicitada, no genera diferencias susceptibles de diferenciación toda vez que el resto de los caracteres son idénticos (...)

(…)

No hay que hacer mayores elucubraciones para manifestar que los productos que distingue una y otra son los mismos circunstancia que aunada a la similitud formal de los signos hace que, de permitirse su registro, una vez puestos en el mercado se perciban altamente confundibles (...)

(…)

Aunque los productos identificados por las marcas BUNKKER (Clase 6) y BÚNKER BIO (Clase 21) pertenecen a clases diferentes en el Clasificador Internacional de Niza, entre ellos existe conexidad competitiva, teniendo en cuenta su naturaleza, uso, canales de comercialización y percepción del consumidor. Muchos de los artículos comprendidos en la clase 21, especialmente utensilios y recipientes domésticos,

¹ **6:** Metales comunes y sus aleaciones, minerales metalíferos; materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento y transporte; cajas de caudales.

21: Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería, porcelana y loza.

Ref. Expediente N° SD2025/0027833

pueden estar elaborados en metales comunes, como acero inoxidable o aluminio. Esta coincidencia en el material de fabricación genera una relación directa con los productos metálicos de la clase 6. De hecho, no es inusual que una misma empresa fabrique o comercialice productos metálicos tanto para la construcción como para el hogar, lo que hace habitual el uso de una misma marca para líneas de productos en ambas clases.

Que dentro del término concedido para tal efecto, BUNKER IMPORTACIONES S.A.S., dio respuesta a la oposición presentada contra la solicitud de registro **Búnker Bio (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la clase 21 argumentando:

“(…)

Al comparar ambos signos en su conjunto, se evidencia que el signo solicitado BÚNKER BIO (Mixta) se diferencia del signo previamente registrado por cuanto, la inclusión del elemento nominativo “BIO” introduce un componente verbal que es inexistente en la marca opositora. Este elemento adicional no solo añade un componente visual que difiere del signo previo, sino que también contribuye a que el signo solicitado sea fonética y conceptualmente diferente al signo previamente registrado (...)

(…)

no existe conexión competitiva entre los productos del signo opositor con los productos del signo solicitado, considerando que los productos del signo solicitado están relacionados con “utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería, porcelana y loza” pertenecientes dentro de la Clase 21, estos productos están dirigidos al uso personal o doméstico (...)

(…)

Ahora bien, el opositor argumenta que los productos de la Clase 6 resultan conexos con los productos solicitados en Clase 21, toda vez que estos últimos “pueden ser elaborados en metales comunes, como acero inoxidable o aluminio” dicha argumentación no tiene mayor objeto que ampliar artificialmente la cobertura de la marca opositora, pues ciertamente casi cualquier producto en el mercado puede ser elaborado en metales comunes, por ejemplo: electrodomésticos, utensilios de cocina, vehículos, computadores, envases, muebles, maquinaria, accesorios para vestir, entre otras infinidades de productos que pueden y suelen ser fabricados en metales comunes, sin que ese mero hecho signifique que pueden ser fabricados por el mismo empresario (...)

Que mediante escrito de fecha 24 de julio de 2025 el apoderado de la sociedad **Bunker Importaciones S.A.S** presento solicitud de desistimiento respecto de los productos reivindicados con el singo Búnker Bio (Mixta) en clase 6 internacional.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0027833

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.

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.

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° SD2025/0027833

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	Estado	Vigencia
Mixta	BUNKKER	PRODUCTORA BUNKKER LTDA.	08092217	9	6	Marca	Registrada	26-03-2029

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
	

Reglas, jurisprudencia y doctrina aplicable a la comparación de marcas.

Elemento predominante en las marcas mixtas

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Comparación entre marcas mixtas y nominativas.

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta



Ref. Expediente N° SD2025/0027833

predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Prevalencia del elemento nominativo

Cuando en las marcas comparadas 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”*

Análisis comparativo

El signo solicitado es una marca mixta conformada por la expresión BÚNKER BIO escrita en un tipo especial de letra. La palabra BUNKER, refiere la idea de una estructura de protección fortificada, generalmente subterránea y construida con hormigón y hierro, diseñada para refugiar personas, materiales o armas contra bombardeos, ataques aéreos o nucleares.⁴ y la expresión BIO refiere la idea de vida.

El signo opositor consiste en la palabra BUNKKER tratándose de una marca mixta arbitraria en donde la palabra BUNKKER a pesar de la variación de la doble consonante K sugiere la idea esbozada en el párrafo que antecede.

Esta Dirección observa que el signo solicitado a registro frente al signo antecedente, es susceptible de generar riesgo de confusión por cuanto se trata de signos ortográficamente similares, fonéticamente equivalentes e ideológicamente idénticos pues las marcas comparadas hacen uso del mismo número de sílabas, letras y disposición consonántica silábica con la sola mutación de la omisión de la doble consonante K así como la adición de la expresión BIO, la cual por su ubicación y tamaño en el conjunto solicitado tiene menor preponderancia frente a la palabra BUNKER.

⁴ <https://www.nationalgeographicla.com/historia/2023/10/que-es-un-bunker-y-como-funciona>

Ref. Expediente N° SD2025/0027833

Teniendo en cuenta lo anterior, en especial la similitud entre los términos BUNKER / BUNKKER, los cuales ortográficamente son prácticamente idénticos con una pronunciación equivalente e igual contenido semántico observándose pequeños cambios (una sola consonante K y la palabra Bio en menor tamaño y fuente de letra disímil) tal y como si se tratará de una actualización de la marca registrada, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

6: Metales comunes y sus aleaciones, minerales metalíferos; materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento y transporte; cajas de caudales.

21: Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado, excepto el vidrio de construcción; artículos de cristalería, porcelana y loza.

El signo confrontado identifica :

Expediente 08092217, clase 6: Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; cerrajería y ferretería metálica; tubos metálicos; cajas de caudales; productos metálicos no comprendidos en otras clases; minerales.

Relación competitiva clase 6.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la identidad entre los productos.

Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación de los productos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos (identidad), lo que conlleva a que compartan naturaleza y destinación. En este contexto entre los productos antes descritos, no es necesario acudir a los criterios de conexión competitiva de productos establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, toda vez que más allá de cualquier similitud, los productos son idénticos.

Conexión competitiva clase 21 vs marca opositora en clase 6 internacional de Niza.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto

Ref. Expediente N° SD2025/0027833

de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la razonabilidad entre los productos. Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial”.

Desde la perspectiva del criterio de razonabilidad, es posible apreciar conexidad competitiva entre los productos del signo solicitado —metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; artículos de ferretería metálicos; cables, hilos y recipientes metálicos; construcciones metálicas transportables; cajas de caudales (Clase 6)— y los productos de la marca registrada —utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario (Clase 21)—. En la realidad del mercado colombiano es habitual que un mismo agente económico del sector metalmecánico fabrique tanto productos industriales o de ferretería como artículos metálicos destinados al uso doméstico, tales como ollas, sartenes, cubiertos, bandejas, tarros, recipientes, canecas, estantes o utensilios de cocina. Para el consumidor resulta razonable asumir que un fabricante que trabaja con metales y produce artículos metálicos estructurales o de ferretería pueda igualmente comercializar productos terminados orientados al hogar, dada la coincidencia en materiales, procesos de manufactura y capacidades productivas.

Este análisis se refuerza a partir de criterios auxiliares como los canales de comercialización, pues tanto los productos de la Clase 6 como los utensilios domésticos metálicos suelen distribuirse en ferreterías, grandes superficies, tiendas de mejoramiento del hogar y plataformas de comercio electrónico que agrupan las líneas industrial y doméstica en un mismo catálogo. También coinciden en el público objetivo, ya que los consumidores habituales de utensilios domésticos reconocen como normal que estos provengan de fabricantes especializados en artículos metálicos y de ferretería. Asimismo, la naturaleza material compartida —el metal como insumo principal— contribuye a fortalecer la percepción de un origen empresarial común. En consecuencia, atendiendo a la forma en que opera el mercado, resulta razonable concluir que el consumidor promedio podría atribuir ambos grupos de productos a un mismo empresario, configurándose así conexidad competitiva bajo el criterio seleccionado.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional.

Consideración Final.

Desistimiento de las solicitudes presentadas ante la Administración

El inciso primero del artículo 12 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina establece que “El solicitante podrá desistir de su solicitud en cualquier momento del trámite. El desistimiento de una solicitud de patente o de registro da por terminada la instancia administrativa a partir de la declaración de la oficina nacional competente, perdiéndose la fecha de presentación atribuida”.

Para atender la presente solicitud, se aplicará lo preceptuado en el artículo 18° del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (Ley 1437 de 2011), el cual establece que:

Ref. Expediente N° SD2025/0027833

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por PRODUCTORA BUNKKER LTDA., respecto de la clase 6 internacional.

ARTÍCULO 2: Declarar fundada la oposición interpuesta por PRODUCTORA BUNKKER LTDA., respecto de la clase 21 internacional.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca Búnker Bio (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 6 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por BUNKER IMPORTACIONES S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro de la Marca Búnker Bio (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 21 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por BUNKER IMPORTACIONES S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Negar el desistimiento de la solicitud de registro Búnker Bio (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 6 de la Clasificación Internacional de Niza solicitado por BUNKER IMPORTACIONES S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 6: Notificar a BUNKER IMPORTACIONES S.A.S., solicitante del registro y a PRODUCTORA BUNKKER LTDA., opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 7: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 27 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS