

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 51973

Ref. Expediente N° SD2026/0022787

Por la cual se niega un registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 9 de marzo de 2026, **STELLAMON SAS** solicitó el registro de la Marca **Tiberkuki** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1098, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad 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

¹ 18: Artículos de guarnicionería, fustas y ropa para animales; artículos de guarnicionería, látigos y ropa para animales; bandanas para animales de compañía [ropa para animales]; bandanas para mascotas [ropa para animales]; bandanas para perros [ropa para animales]; bragas para el cuello para animales de compañía [ropa para animales]; bragas para el cuello para perros [ropa para animales]; chubasqueros para perros [ropa para animales]; collares, correas y ropa para animales; collares, correas y ropa para animales de compañía; envolturas para perros [ropa para animales]; impermeables para perros [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para animales de compañía [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para mascotas [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para perros [ropa para animales]; ropa para animales; ropa para animales de compañía; ropa para animales de compañía con led incorporado; trajes impermeables para perros [ropa para animales].

Ref. Expediente N° SD2026/0022787

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 marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	KUKY MASCOTAS	MARGARITA CRISTINA GRANADA TABORDA	SD2022/0023771	11	18, 20	Marca	Registrada	11/10/2032
Nominativa	TIBER	JOSE TIBERIO MUNERA GALVIS	15028008	10	18	Marca	Registrada	26/06/2035

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° SD2026/0022787

El signo solicitado	Las marcas registradas
TiBerKUKi	 TIBER

Jurisprudencia

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 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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado **Tiberkuki** reproduce parcialmente los signos antecedentes **KUKY MASCOTAS** y **TIBER**, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para su plena diferenciación.

Desde el punto de vista ortográfico, esta Dirección observa que el signo solicitado reproduce íntegramente la denominación **"TIBER"**, protegida por uno de los signos antecedentes, incorporándola como el elemento inicial de la expresión **"TIBERKUKI"**. La adición del elemento **"KUKI"** no desvirtúa la semejanza visual existente, toda vez que el



Ref. Expediente N° SD2026/0022787

consumidor suele prestar mayor atención a la parte inicial de las denominaciones, la cual coincide plenamente con el signo antecedente.

De otra parte, respecto del signo "**KUKY MASCOTAS**", se advierte que el signo solicitado reproduce parcialmente la denominación "**KUKY**", al incorporar el elemento "**KUKI**", diferenciándose únicamente por la sustitución de la letra "**Y**" por la vocal "**I**", modificación que no resulta suficiente para conferir a los signos una apariencia visual claramente diferenciada. Asimismo, la expresión "**MASCOTAS**" posee un carácter secundario dentro del conjunto marcario, por lo que la atención del consumidor recaerá principalmente sobre la denominación "**KUKY**".

Desde el punto de vista fonético, los signos confrontados presentan una importante semejanza sonora. En efecto, el signo solicitado conserva íntegramente la pronunciación de "**TIBER**", al tiempo que incorpora una denominación, "**KUKI**", cuya pronunciación resulta prácticamente idéntica a "**KUKY**", toda vez que la sustitución de la letra "**Y**" por la vocal "**I**" no produce una variación perceptible en el idioma español.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

18: Artículos de guarnicionería, fustas y ropa para animales; artículos de guarnicionería, látigos y ropa para animales; bandanas para animales de compañía [ropa para animales]; bandanas para mascotas [ropa para animales]; bandanas para perros [ropa para animales]; bragas para el cuello para animales de compañía [ropa para animales]; bragas para el cuello para perros [ropa para animales]; chubasqueros para perros [ropa para animales]; collares, correas y ropa para animales; collares, correas y ropa para animales de compañía; envolturas para perros [ropa para animales]; impermeables para perros [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para animales de compañía [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para mascotas [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para perros [ropa para animales]; ropa para animales; ropa para animales de

⁴ 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 (dentifricio) 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° SD2026/0022787

compañía; ropa para animales de compañía con led incorporado; trajes impermeables para perros [ropa para animales].

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes Productos:

SD2022/0023771 (18): Arnese para mascotas; botines para mascotas; collares para mascotas; correas para mascotas; ropa para mascotas; vestimenta para mascotas; vestuario para mascotas; bolsos para transportar mascotas.

(20): Camas para mascotas; casetas para mascotas; cojines para mascotas; muebles para mascotas; camas portátiles para mascotas.

15028008 (18): bolsos, morrales, maletines, maletas, billeteras, cosmetiqueras, canguros.

En relación con los productos que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 18 y los productos identificados por los registros antecedentes, este Despacho considera que existe identidad respecto de algunos productos y, frente a los demás, una conexión competitiva relevante, en aplicación del principio de razonabilidad.

En efecto, existe identidad entre los productos ropa para animales, collares para animales y correas para animales reivindicados por el solicitante y los productos ropa para mascotas, collares para mascotas y correas para mascotas protegidos por el registro SD2022/0023771, toda vez que corresponden a los mismos productos, siendo la expresión "animales" comprensiva de las mascotas.

Por su parte, los productos artículos de guarnicionería; fustas; látigos; bandanas para animales; pañuelos para el cuello para animales; impermeables; chubasqueros; trajes impermeables; prendas con iluminación LED incorporada y demás accesorios para animales, guardan una estrecha relación con los arneses para mascotas; botines para mascotas; vestimenta para mascotas; vestuario para mascotas; bolsos para transportar mascotas; camas; casetas; cojines; muebles y camas portátiles para mascotas, toda vez que todos hacen parte del mismo sector de productos destinados al cuidado, manejo, transporte, protección y bienestar de los animales de compañía, siendo frecuente que un mismo empresario fabrique y comercialice dichos productos bajo una misma marca.

Asimismo, los productos protegidos por el registro 15028008, consistentes en bolsos, morrales, maletines, maletas, billeteras, cosmetiqueras y canguros, presentan una conexión competitiva con los artículos de guarnicionería reivindicados por el solicitante, por cuanto todos corresponden a artículos manufacturados en cuero u otros materiales similares y es habitual que empresas dedicadas a la marroquinería y talabartería diversifiquen su portafolio comercializando tanto accesorios para uso personal como artículos destinados a animales bajo una misma marca.

Los productos confrontados pueden concurrir en establecimientos especializados para mascotas, almacenes de artículos de cuero, tiendas por departamentos y plataformas de comercio electrónico, dirigiéndose a un público consumidor que busca accesorios y artículos especializados, razón por la cual pueden ser percibidos como provenientes de un mismo origen empresarial.

En consecuencia, este Despacho considera que existe identidad respecto de algunos productos y, frente a los restantes, una conexión competitiva relevante, circunstancia que podría llevar al consumidor a considerar que provienen de un mismo origen empresarial

Ref. Expediente N° SD2026/0022787

o de empresas económicamente vinculadas.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

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 PRIMERO: Negar el registro de la Marca **Tiberkuki** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por **STELLAMON SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a **STELLAMON SAS**, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 8 de julio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)

⁵ **18:** Artículos de guarnicionería, fustas y ropa para animales; artículos de guarnicionería, látigos y ropa para animales; bandanas para animales de compañía [ropa para animales]; bandanas para mascotas [ropa para animales]; bandanas para perros [ropa para animales]; bragas para el cuello para animales de compañía [ropa para animales]; bragas para el cuello para perros [ropa para animales]; chubasqueros para perros [ropa para animales]; collares, correas y ropa para animales; collares, correas y ropa para animales de compañía; envolturas para perros [ropa para animales]; impermeables para perros [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para animales de compañía [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para mascotas [ropa para animales]; pañuelos para el cuello para perros [ropa para animales]; ropa para animales; ropa para animales de compañía; ropa para animales de compañía con led incorporado; trajes impermeables para perros [ropa para animales].