

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 93468

Ref. Expediente N° SD2025/0015247

Por la cual se niega un registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 24 de febrero de 2025, ALVARO FELIPE RAMOS RODRIGUEZ, CAROLINA OCHOA RODRÍGUEZ, JUAN SEBASTIÁN VÁSQUEZ ARISTIZÁBAL, solicitó el registro de la Marca latte* SESSIONS (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 25 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1063, 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 irregistrabilidad 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 irregistrabilidad en estudio

¹ **25:** Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, abrigos; tapados; bandanas [pañuelos para el cuello]; bandas para la cabeza; bufandas; bolsillos de prendas de vestir; capuchas; chalecos; chales; chaquetas; chaquetones; cinturones [prendas de vestir]; conjuntos de vestir; corsés [ropa interior]; cubrecorsés; delantales [prendas de vestir]; disfraces [trajes]; estolas [pieles]; fajas [bandas]; bandas; forros confeccionados [partes de prendas de vestir]; gabanes; paletós; sobretodos; gabardinas [prendas de vestir]; gorros; birretes; cofias; gorras; guantes [prendas de vestir]; jerseys [prendas de vestir]; leggings [pantalones]; pantalones; ponchos; prendas de vestir; vestimenta; vestuario; suéteres; turbantes; velos; vestidos; zapatos.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales, en especial, actuaciones musicales en directo; servicios de entretenimiento, a saber, apariciones personales de un artista; suministro de un sitio web con música e información no descargable en el campo de la música y el entretenimiento; Producción musical; servicios de masterización; servicios de producción de videos musicales; servicios de producción y grabación de contenidos de audio; servicios de publicación de contenidos recreativos multimedia, de audio y de video digital; servicios recreativos cinematográficos, musicales, deportivos, de video y teatrales; servicios recreativos de grabaciones sonoras y video; servicios recreativos prestados por artistas del espectáculo; servicios recreativos prestados por grupos vocales de música; servicios recreativos prestados por televisión, radio, cine, televisión por cable, televisión satelital e internet; servicios recreativos, a saber, actuaciones en directo y espectáculos en los que participan personajes disfrazados; servicios recreativos, a saber, clubes de admiradores; servicios recreativos, a saber, conciertos; servicios recreativos, a saber, representaciones de cantantes; servicios recreativos, a saber, representaciones de grupos musicales; servicios recreativos, a saber, representaciones musicales en directo o grabaciones musicales; servicios de redacción de letras de canciones; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de videos no descargables; realización de eventos culturales; representación de espectáculos en vivo; servicios de composición musical; servicios de educación, formación y entretenimiento; servicios de entretenimiento a cargo de grupos musicales; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento; servicios de grabación de audio, cine, video y televisión; servicios de grabación de audio y video; servicios de grabación de audio; servicios de grabación musical; servicios de información en el ámbito musical; producción de grabaciones de audio originales; producción de grabaciones de audio y video; producción de grabaciones de audio; producción de grabaciones originales; producción de grabaciones de sonido; producción y dirección de eventos musicales y radiofónicos en forma de programas de radio y televisión en directo; producción y distribución de grabaciones sonoras, películas y videos; producción y edición musical; producción y presentación de grabaciones de video y de audio, así como de imágenes fijas y animadas; puesta a disposición de servicios de entretenimiento por radio y televisión; realización de espectáculos recreativos, culturales, deportivos en directo, educativos, así como de actividades recreativas y culturales.



Ref. Expediente N° SD2025/0015247

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.

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

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° SD2025/0015247

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	Campeonat o Arte Latte	FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA	SD2023/00243 83	11	16, 25, 30, 35, 41	Marca	Registra da	04 abr. 2034
Nominati va	LATTE BEAUTY	BEAUTY ELEMENTS SUPPLY RUS LIMITED LIABILITY COMPAN Y	SD2021/00169 20	11	3, 35	Marca	Registra da	14 oct. 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas	
		LATTE BEAUTY

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”.

Asimismo, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:



Ref. Expediente N° SD2025/0015247

“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. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el signo “latte SESSIONS” presenta semejanzas respecto de los signos “Campeonato Arte Latte” y “LATTE BEAUTY” que lo hace similarmente confundible. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares.

En relación con el signo “Campeonato Arte Latte” y desde el punto de vista ortográfico, ambos signos comparten el término “latte”, que constituye el elemento distintivo y recordable en sus conjuntos. Esta coincidencia, ubicada al inicio del signo solicitado, genera una impresión visual similar. En el plano fonético, la pronunciación sucesiva de las denominaciones revela una sonoridad semejante, dado que la sílaba tónica recae en el vocablo común “latte”, lo que produce un impacto auditivo comparable y fácilmente asociable por el consumidor medio.

Respecto del signo “LATTE BEAUTY”, se advierte que ambos signos incorporan el vocablo “LATTE” como núcleo denominativo, elemento que concentra la fuerza distintiva y la recordación en el conjunto marcario. La coincidencia en esta expresión, sumada a su posición relevante dentro de cada signo, genera una similitud gráfica evidente.

En el plano fonético, la pronunciación sucesiva de las denominaciones revela una sonoridad semejante, dado que el vocablo común “LATTE”, al ser pronunciado genera un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados.

Así las cosas el signo solicitado reproduce parcialmente las marcas que sirven de antecedente, sin que la adición de la expresión SESSIONS y sus elementos gráficos logren neutralizar el riesgo de confundibilidad existente.

Ref. Expediente N° SD2025/0015247

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:

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, abrigos; tapados; bandanas [pañuelos para el cuello]; bandas para la cabeza; bufandas; bolsillos de prendas de vestir; capuchas; chalecos; chales; chaquetas; chaquetones; cinturones [prendas de vestir]; conjuntos de vestir; corsés [ropa interior]; cubrecorsés; delantales [prendas de vestir]; disfraces [trajes]; estolas [pieles]; fajas [bandas]; bandas; forros confeccionados [partes de prendas de vestir]; gabanes; paletós; sobretodos; gabardinas [prendas de vestir]; gorros; birretes; cofias; gorras; guantes [prendas de vestir]; jerseys [prendas de vestir]; leggings [pantalones]; pantalones; ponchos; prendas de vestir; vestimenta; vestuario; suéteres; turbantes; velos; vestidos; zapatos.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales, en especial, actuaciones musicales en directo; servicios de entretenimiento, a saber, apariciones personales de un artista; suministro de un sitio web con música e información no descargable en el campo de la música y el entretenimiento; Producción musical; servicios de masterización; servicios de producción de vídeos musicales; servicios de producción y grabación de contenidos de audio; servicios de publicación de contenidos recreativos multimedia, de audio y de vídeo digital; servicios recreativos cinematográficos, musicales, deportivos, de vídeo y teatrales; servicios recreativos de grabaciones sonoras y vídeo; servicios recreativos prestados por artistas del espectáculo; servicios recreativos prestados por grupos vocales de música; servicios recreativos prestados por televisión, radio, cine, televisión por cable, televisión satelital e internet; servicios recreativos, a saber, actuaciones en directo y espectáculos en los que participan personajes disfrazados; servicios recreativos, a saber, clubes de admiradores; servicios recreativos, a saber, conciertos; servicios recreativos, a saber, representaciones de cantantes; servicios recreativos, a saber, representaciones de grupos musicales; servicios recreativos, a saber, representaciones musicales en directo o grabaciones musicales; servicios de redacción de letras de canciones; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de vídeos no descargables; realización de eventos culturales; representación de espectáculos en vivo; servicios de composición musical;

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 (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° SD2025/0015247

servicios de educación, formación y entretenimiento; servicios de entretenimiento a cargo de grupos musicales; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento; servicios de grabación de audio, cine, vídeo y televisión; servicios de grabación de audio y vídeo; servicios de grabación de audio; servicios de grabación musical; servicios de información en el ámbito musical; producción de grabaciones de audio originales; producción de grabaciones de audio y vídeo; producción de grabaciones de audio; producción de grabaciones originales; producción de grabaciones de sonido; producción y dirección de eventos musicales y radiofónicos en forma de programas de radio y televisión en directo; producción y distribución de grabaciones sonoras, películas y vídeos; producción y edición musical; producción y presentación de grabaciones de vídeo y de audio, así como de imágenes fijas y animadas; puesta a disposición de servicios de entretenimiento por radio y televisión; realización de espectáculos recreativos, culturales, deportivos en directo, educativos, así como de actividades recreativas y culturales.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente

Productos y servicios

SD2023/0024383

Clase 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Clase 41: Educación; formación; organización y realización de competiciones de café y sus derivados; celebración, organización, coordinación y realización de eventos educativos, recreativos, culturales; celebración, dirección, organización y realización de coloquios, conferencias, congresos, simposios y seminarios; concursos relacionados con alimentos y la industria agrícola; actividades deportivas y culturales y servicios de entretenimiento.

SD2021/0016920

Clase 3: Productos abrasivos; ámbar [producto de perfumería]; preparaciones desincrustantes para uso doméstico; productos antiestáticos para uso doméstico; aromas [aceites esenciales]; productos para perfumar el ambiente; aromatizantes de pastelería [aceites esenciales]; aromatizantes para bebidas [aceites esenciales]; aromatizantes para alimentos [aceites esenciales]; productos en aerosol para refrescar el aliento; aire comprimido enlatado para limpiar y quitar el polvo; bálsamos que no sean para uso médico; basma [tinte cosmético]; brillos de labios; brillos de uñas; piedras para pulir; papeles abrasivos; papel de esmeril; papel para pulir; jalea de petróleo para uso cosmético; betunes para el calzado; pez de zapatero; algodón para uso cosmético; productos para perfumar la ropa; agentes de secado para lavaplatos; adhesivos para uso cosmético; aguas perfumadas; lejía; agua de lavanda; aguas de tocador; cera para el parqué; cera de parqué; cera antideslizante para suelos; cera depilatoria; cera para el bigote; cera de sastre; cremas para el cuero; encáusticos;



Ref. Expediente N° SD2025/0015247

cera de zapatero; cera de lustrado; geles de masaje, que no sean para uso médico; heliotropina; geles blanqueadores para uso dental; geraniol; productos de maquillaje; desodorantes para animales de compañía; desodorantes para personas o animales; preparaciones depilatorias; difusores de fragancias de varillas; maderas aromáticas; perfumes; líquidos antideslizantes para suelos; líquidos limpiaparabrisas; grasas para uso cosmético; ceniza volcánica para limpiar; productos de perfumería; calcomanías decorativas para uso cosmético; iononas [productos de perfumería]; piedras astringentes para después del afeitado; piedras para suavizar; lápices de cejas; lápices para uso cosmético; carburo de silicio [abrasivos]; carburos metálicos [abrasivos]; piedras de alumbre [astringentes]; trípoli para pulir; adhesivos para pestañas postizas; adhesivos [pegamentos] para postizos capilares; acondicionadores para el cabello; corteza de quillay para lavar; corindón [abrasivo]; tintes para la barba; colorantes de tocador; tintes cosméticos; almidón de lavandería; productos de glaseado para lavar la ropa; cremas para el calzado; cremas para pulir; cremas cosméticas; cremas para aclarar la piel; rojo para pulir; incienso; lacas para el cabello; lacas de uñas; lociones capilares; lociones para uso cosmético; lociones para después del afeitado; mascarillas de belleza; aceites de perfumería; aceites para uso cosmético; aceites de tocador; aceites esenciales; aceites esenciales de cedro; aceites esenciales de limón; aceites esenciales de citrón; aceite de bergamota; aceite de gaulteria; aceite de jazmín; aceite de lavanda; aceite de almendras; aceite de rosas; aceites de limpieza; esencia de trementina [producto desengrasante]; blanco de España; tiza para limpiar; leche de almendras para uso cosmético; leches limpiadoras de tocador; almizcle [producto de perfumería]; jabón; jabones desodorantes; jabones de afeitar; jabones para avivar los colores de materias textiles; pastillas de jabón; jabones antitranspirantes; jabones antitranspirantes para los pies; jabón de almendras; menta para perfumería; neceseres de cosmética; esmeril; parches oculares de gel para uso cosmético; pegatinas decorativas para las uñas; uñas postizas; agua de Colonia; bases para perfumes florales; varillas de incienso; pastas para suavizadores de navajas de afeitar; dentífricos; piedra pómez; estuches para pintalabios; peróxido de hidrógeno para uso cosmético; tiras para refrescar el aliento; tiras

para blanquear los dientes; tela abrasiva; tejidos de vidrio [telas abrasivas]; barras de labios [pintalabios]; pomadas para uso cosmético; preparaciones para el afeitado; preparaciones cosméticas para el baño; preparaciones para el baño que no sean de uso médico; preparaciones para alisar el cabello; preparaciones para ondular el cabello; preparaciones para remojar la ropa; preparaciones para amolar; preparaciones para alisar [lavandería]; preparaciones para quitar tintes; productos blanqueadores para el cuero; preparaciones para pulir; preparaciones para pulir prótesis dentales; enjuagues bucales, que no sean para uso médico; preparaciones cosméticas adelgazantes; almidón para dar brillo; preparaciones para dar brillo a las hojas de las plantas; limpiadores de ojos, que no sean para uso médico; suavizantes para la ropa; productos blanqueadores [lavandería]; preparaciones de limpieza en seco; preparaciones para quitar pinturas; preparaciones quitaesmaltes; preparaciones desmaquilladoras; decapantes para cera de parqué; preparaciones quitaesmalte; productos desoxidantes; preparaciones para el cuidado de las uñas; preparaciones limpiadoras; preparaciones para limpiar prótesis dentales; preparaciones para limpiar papel pintado; preparaciones para desatascar tubos de desagüe; productos químicos de limpieza para uso doméstico; preparaciones de colágeno para uso cosmético; decolorantes para uso doméstico; preparaciones para lavar la ropa; preparaciones de aloe vera para uso cosmético; preparaciones de protección solar; productos químicos de uso doméstico para avivar los colores [lavandería]; preparaciones para dar brillo; preparaciones para refrescar el aliento, destinado a la higiene personal; polvos de maquillaje; diamantina [abrasivo]; quitamanchas; quitaesmaltes; duchas vaginales desodorantes o para la higiene personal; soluciones decapantes; pestañas postizas; toallitas para bebés impregnadas con preparaciones de limpieza; toallitas impregnadas de lociones cosméticas; toallitas impregnadas de preparaciones desmaquilladoras; safrol; velas de masaje para uso cosmético; colorantes para lavar y blanquear la ropa; trementina (producto desengrasante); popurrís aromáticos; soda para blanquear; soda [cenizas] para limpiar; sales de baño que no sean para uso médico; sales blanqueadoras; productos de fumigación [perfumes]; conservantes para el cuero [betunes]; amoníaco [detergente, álcali volátil]; astringentes para uso cosmético; cosméticos para las cejas; preparaciones de maquillaje; preparaciones

Ref. Expediente N° SD2025/0015247

bronceadoras [productos cosméticos]; tintes para el cabello; productos neutralizantes para la ondulación permanente; preparaciones cosméticas para las pestañas; preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; productos cosméticos; cosméticos para niños; cosméticos para animales; máscara de pestañas; limpiadores no medicinales para la higiene personal íntima; preparaciones para duchas vaginales para la higiene personal o con fines desodorantes [artículos de tocador]; detergentes, que no sean para procesos de fabricación ni para uso médico; productos desengrasantes, excepto los utilizados en procesos de fabricación; decolorantes para uso cosmético; preparaciones de tocador; antitranspirantes [productos de tocador]; preparaciones fitocosméticas; talco de tocador; bastoncillos de algodón para uso cosmético; terpenos [aceites esenciales]; tela de esmeril; paños de limpieza impregnados de detergente; henna [tinte cosmético]; champús; champús para animales [preparaciones de aseo no medicinales]; champús para animales de compañía [preparaciones de peluquería no medicinales]; champús en seco; papel de lija; lejía de soda; extractos de hierbas para uso cosmético; extractos de flores [perfumes]; esencias etéreas; esencia de badiana; esencia de menta [aceite esencial]; productos para el cuidado del calzado, en particular cera para zapatos, cremas para zapatos, líquidos impermeables para zapatos, aerosoles impermeables para zapatos..

Conexidad entre productos de la clase 3 y productos de la clase 25 Internacional (Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Se advierte que los productos que pretende identificar el signo solicitado sobre prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería, y aquellos productos que identifica la marca registrada LATTE BEAUTY relacionada con cosméticos, productos de maquillaje y perfumería presentan una relación funcional y comercial que permite suponer un mismo origen empresarial, pues se inscriben en el género común de bienes destinados al cuidado personal y la apariencia. Esta vinculación se ve reforzada por la práctica habitual en el mercado, donde empresas del sector de la moda diversifican su portafolio hacia cosmética y perfumería.

Asimismo, los productos confrontados comparten canales de comercialización y estrategias de promoción, al exhibirse conjuntamente en tiendas por departamento, boutiques y plataformas digitales orientadas a la imagen personal, lo que incrementa la percepción

Ref. Expediente N° SD2025/0015247

razonable de que provienen de una misma fuente, capaz de generar riesgo de asociación indebida en el consumidor medio.

Conexidad entre productos de la clase 25 Internacional (Razonabilidad)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase 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 25 del nomenclador internacional.

Conforme al criterio de razonabilidad, resulta evidente que los productos de los signos confrontados presentan una relación género-especie, toda vez que ambos incluyen prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería. La cobertura pretendida incorpora una lista detallada de subcategorías tales como abrigos, chaquetas, bufandas, guantes, vestidos, zapatos, entre otros, que se inscriben en el género común de prendas de vestir y accesorios, ya reivindicado previamente por la marca Campeonato Arte Latte.

Conexidad entre servicios de la clase 41 Internacional (Razonabilidad)

Esta Dirección advierte que los servicios de los signos confrontados guardan una estrecha relación, toda vez que ambos incluyen actividades de educación, formación, entretenimiento y eventos culturales. De una parte, el signo solicitado pretende identificar estas actividades principalmente en el ámbito musical y artístico, mientras que la marca Campeonato Arte Latte las orienta hacia competencias y eventos relacionados con café y la industria alimentaria; sin embargo, ambos se inscriben dentro de servicios educativos, recreativos y culturales. Esta coincidencia sustancial implica que los servicios se ofrecen en canales similares, compartiendo finalidad y público objetivo, lo que refuerza la percepción del consumidor de que provienen de un mismo origen empresarial.

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 latte* SESSIONS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por ALVARO FELIPE RAMOS RODRIGUEZ, CAROLINA OCHOA

⁵ 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, abrigos; tapados; bandanas [pañuelos para el cuello]; bandas para la cabeza; bufandas; bolsillos de prendas de vestir; capuchas; chalecos; chales; chaquetas; chaquetones; cinturones [prendas de vestir]; conjuntos de vestir; corsés [ropa interior]; cubrecorsés; delantales [prendas de vestir]; disfraces [trajes]; estolas [pieles]; fajas [bandas]; bandas; forros confeccionados [partes de prendas de vestir]; gabanes; paletós; sobretodos; gabardinas [prendas de vestir]; gorros; birretes; cofias; gorras; guantes [prendas de vestir]; jerseys [prendas de vestir]; leggings [pantalones]; pantalones; ponchos; prendas de vestir; vestimenta; vestuario; suéteres; turbantes; velos; vestidos; zapatos.

Ref. Expediente N° SD2025/0015247

RODRÍGUEZ, JUAN SEBASTIÁN VÁSQUEZ ARISTIZÁBAL, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca latte* SESSIONS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por ALVARO FELIPE RAMOS RODRIGUEZ, CAROLINA OCHOA RODRÍGUEZ, JUAN SEBASTIÁN VÁSQUEZ ARISTIZÁBAL, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a ALVARO FELIPE RAMOS RODRIGUEZ, CAROLINA OCHOA RODRÍGUEZ, JUAN SEBASTIÁN VÁSQUEZ ARISTIZÁBAL, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 13 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ **41:** Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales, en especial, actuaciones musicales en directo; servicios de entretenimiento, a saber, apariciones personales de un artista; suministro de un sitio web con música e información no descargable en el campo de la música y el entretenimiento; Producción musical; servicios de masterización; servicios de producción de vídeos musicales; servicios de producción y grabación de contenidos de audio; servicios de publicación de contenidos recreativos multimedia, de audio y de vídeo digital; servicios recreativos cinematográficos, musicales, deportivos, de vídeo y teatrales; servicios recreativos de grabaciones sonoras y vídeo; servicios recreativos prestados por artistas del espectáculo; servicios recreativos prestados por grupos vocales de música; servicios recreativos prestados por televisión, radio, cine, televisión por cable, televisión satelital e internet; servicios recreativos, a saber, actuaciones en directo y espectáculos en los que participan personajes disfrazados; servicios recreativos, a saber, clubes de admiradores; servicios recreativos, a saber, conciertos; servicios recreativos, a saber, representaciones de cantantes; servicios recreativos, a saber, representaciones de grupos musicales; servicios recreativos, a saber, representaciones musicales en directo o grabaciones musicales; servicios de redacción de letras de canciones; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de vídeos no descargables; realización de eventos culturales; representación de espectáculos en vivo; servicios de composición musical; servicios de educación, formación y entretenimiento; servicios de entretenimiento a cargo de grupos musicales; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento; servicios de grabación de audio, cine, vídeo y televisión; servicios de grabación de audio y vídeo; servicios de grabación de audio; servicios de grabación musical; servicios de información en el ámbito musical; producción de grabaciones de audio originales; producción de grabaciones de audio y vídeo; producción de grabaciones de audio; producción de grabaciones originales; producción de grabaciones de sonido; producción y dirección de eventos musicales y radiofónicos en forma de programas de radio y televisión en directo; producción y distribución de grabaciones sonoras, películas y vídeos; producción y edición musical; producción y presentación de grabaciones de vídeo y de audio, así como de imágenes fijas y animadas; puesta a disposición de servicios de entretenimiento por radio y televisión; realización de espectáculos recreativos, culturales, deportivos en directo, educativos, así como de actividades recreativas y culturales.