

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 104536

Ref. Expediente N° SD2025/0048528

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 22 de mayo de 2025, CAFÉ SATIVA S.A.S., solicitó el registro de la Marca CAFÉ SATIVA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 25, 30 y 32 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1072, 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

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,

¹ 25: Prendas de vestir, calzado y accesorios para hombres, mujeres y niños, tales como camisetas, pantalones, chaquetas, sudaderas, gorras, bufandas, zapatos, botas, sandalias y ropa interior.

30: Café; café tostado en granos; café molido; café molido y descafeinado; café sin tostar; granos de café cubiertos de chocolate; granos de café recubiertos de azúcar; bebidas de café; café descafeinado; café expreso; café helado; café instantáneo; café preparado, té, cacao; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

32: Cervezas; todo tipo de cervezas, mosto de cerveza, cerveza de malta, mosto de malta, cerveza de jengibre, extracto de lúpulo para la fabricación de cerveza.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0048528

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 las marcas registradas

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	Satibo LINAZA	VARIEDADES EL 47 S.A.S.	SD2020/0087056	11	30	Marca	Registrada	13 jul. 2031
Mixta	SATIBO PLAXAVIL	VARIEDADES EL 47 S.A.S.	SD2022/0078305	11	5, 30	Marca	Registrada	13 jun. 2033
Mixta	SATIBO LINAZA	VARIEDADES EL 47 S.A.S.	SD2020/0087019	11	30	Marca	Registrada	07 jul. 2031
Mixta	Satibo	VARIEDADES EL 47 S.A.S.	13029928	10	29, 30	Marca	Registrada	12 ago. 2033
Mixta	SATIBO OMEGA 3	VARIEDADES EL 47 S.A.S.	11041587	9	29	Marca	Registrada	27 sept. 2031
Mixta	SATIBO LINAZA	VARIEDADES EL 47 S.A.S.	SD2020/0087015	11	30	Marca	Registrada	23 jun. 2031
Mixta	sativa free	Andres Ricardo Burgos Cortes	SD2017/0090397	11	25	Marca	Registrada	01 abr. 2029

Los signos a comparar son los siguientes:

•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:

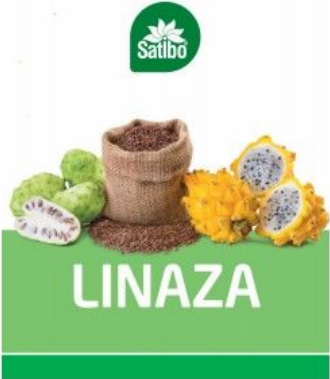
a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. 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° SD2025/0048528

El signo solicitado	Las marcas registradas	
		
		
		
		

Jurisprudencia

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

“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,



Ref. Expediente N° SD2025/0048528

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”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro “**CAFÉ SATIVA**” se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado **CAFÉ SATIVA** presenta similitudes ortográficas en el elemento nominativo preponderante respecto del elemento nominativo distintivo y característico de las marcas previamente registradas **SATIBO LINAZA / SATIBO PLAXAVIL / SATIBO LINAZA / SATIBO / SATIBO OMEGA 3 / SATIBO LINAZA** toda vez que, reproduce parcialmente la longitud gramatical de las marcas registradas, sin que la variación en los elementos figurativos y pese a que se reemplaza la consonante “B” por la letra “V” y la vocal “O” por la vocal “A”, así como la eliminación de los términos “LINAZA”, “PLAXAVIL” y “OMEGA 3”, dichas variaciones son secundarias y no logran desvirtuar las semejanzas existentes entre los signos enfrentados.

Ahora bien, desde el punto de vista fonético, al ser pronunciada la expresión solicitada **CAFÉ SATIVA** y las registradas **SATIBO LINAZA / SATIBO PLAXAVIL / SATIBO LINAZA / SATIBO / SATIBO OMEGA 3 / SATIBO LINAZA**, se genera un impacto sonoro muy similar en razón a la disposición de los grafemas utilizados.

Así mismo, está Dirección evidencia que el signo solicitado **CAFÉ SATIVA** es ortográfica, fonética y conceptualmente similar con la marca registrada **sativa free**, toda vez que transcribe el término arbitrario “**sativa**”⁴ y pese al modificación en los elementos figurativos, así como la eliminación del término “free” y la inclusión del término inapropiable “CAFÉ”, son cambios accesorios y no se constituyen en derrotero de diferenciación, más aún y si se tiene en cuenta que al ser pronunciados se articulan de forma similar en razón a la disposición de los grafemas utilizados.

Por lo anterior, los consumidores pueden llegar a considerar por error que el signo solicitado es una innovación y/o variación de las marcas registradas, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

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

⁴ <https://dle.rae.es/sativo>

Ref. Expediente N° SD2025/0048528

conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 25: Prendas de vestir, calzado y accesorios para hombres, mujeres y niños, tales como camisetas, pantalones, chaquetas, sudaderas, gorras, bufandas, zapatos, botas, sandalias y ropa interior.

Clase 30: Café; café tostado en granos; café molido; café molido y descafeinado; café sin tostar; granos de café cubiertos de chocolate; granos de café recubiertos de azúcar; bebidas de café; café descafeinado; café expreso; café helado; café instantáneo; café preparado, té, cacao; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Clase 32: Cervezas; todo tipo de cervezas, mosto de cerveza, cerveza de malta, mosto de malta, cerveza de jengibre, extracto de lúpulo para la fabricación de cerveza.

Los signos registrados identifican:

Expediente SD2020/0087056, Clase 30: Preparaciones en polvo a base de cereales; harina de maíz molido, polvos de cereales, harinas y preparaciones a base de cereales, germen de trigo y fécula para uso alimenticio. Mezclas en polvo para la preparación de bebidas, preparaciones en polvo para la confección de bebidas; harina de arroz; harina de casava; harina de cañihua; harina de cebada; harina de centeno; harina de cereales; harina de coco para la alimentación humana; harina de flor; harina de frijoles; harina de frutos secos; harina de maíz; harina de maíz blanco; harina de maíz morado; harina de pan blanco; harina de pan integral; harina de pan moreno; harina de papa; harina de patata; harina de trigo; harina de trigo sarraceno; harina integral; harina para pasteles; harina para todos los usos; harinas*; hojaldre; hojaldres rellenos de chocolate; hojuelas de avena; hojuelas de cereales secos; hojuelas de maíz.

Expediente SD2022/0078305, Clase 30: Preparaciones en polvo a base de cereales, productos alimenticios de origen vegetal para el consumo humano; harina de maíz molido, cereales derivados de nueces, frutas, semillas y granos; polvos de cereales; harinas y preparaciones a base de cereales; germen de trigo y fécula para uso alimenticio; alimentos a base de linaza, maíz, avena y malta.

⁵ 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.

Resolución N° 104536

Ref. Expediente N° SD2025/0048528

Expediente SD2020/0087019, Clase 30: Preparaciones en polvo a base de cereales, productos alimenticios de origen vegetal para el consumo humano; harina de maíz molido, cereales derivados de semillas de linaza, nueces, frutas, semillas y granos; polvos de cereales, harinas y preparaciones a base de cereales, germen de trigo y fécula para uso alimenticio. Alimentos a base de linaza, miel, avena y harina.

Expediente 13029928, Clase 29: Aceites y grasas comestibles; malteadas.

Clase 30: Harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; levadura, polvos de hornear, té, bebidas a base de té, alimentos en polvo, bebidas y/o productos a base de soya.

Expediente 11041587, Clase 29: Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

Expediente SD2020/0087015, Clase 30: Preparaciones en polvo a base de cereales, productos alimenticios de origen vegetal para el consumo humano; harina de maíz molido, cereales derivados de semillas de linaza, nueces, frutas, semillas y granos; polvos de cereales, harinas y preparaciones a base de cereales, germen de trigo y fécula para uso alimenticio. Alimentos a base de linaza, miel, avena y harina.

Expediente SD2017/0090397, Clase 25: Ropa informal.

Relación Clase 25 Identidad

De la anterior relación de productos, se establece que el signo solicitado pretende amparar productos que no solo pertenecen a la misma clase de los productos distinguidos por la marca registrada **sativa free (Mixta)** para la **Clase 25**, sino que comparten la misma identidad, así como el género, la especie, la naturaleza y sus finalidades.

Por lo tanto, de permitir el registro del signo solicitado y dado el tipo de productos que pretende amparar y teniendo en cuenta que se trata de los mismos productos de la marca registrada *“prendas de vestir – ropa informal”*, se concluye, que al estar en una misma oferta de mercado se trata de productos sustituibles y/o intercambiables entre sí, pudiendo escoger el consumidor para satisfacer una misma necesidad entre los signos según variables como el precio y demás condiciones propias del mercado y no específicamente por diferenciar el origen empresarial de las marcas en estudio.

Relación Clase 30 y productos de las Clases 29, 30 Razonabilidad

De acuerdo a la anterior relación de productos, teniendo en cuenta que el signo solicitado pretende amparar productos de la **clase 30** y la familia de marcas **SATIBO** protegen productos de las **clases 29 y 30**, no puede desconocerse que se trata de productos de un mismo género (alimentos para personas), por lo que el consumidor equivocadamente entenderá que el empresario encargado de un determinado tipo de elementos ha incursionado dentro del mismo género para otro sector, por lo que se concluye, que al estar en una misma oferta de mercado se trata de productos, que de acuerdo a la realidad del mercado son razonables, si se tiene en cuenta que los consumidores no podrán diferenciar el origen empresarial de las marcas en estudio.

Dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos alimenticios de las **clases 29 y 30** cotejadas, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre dichos productos, puesto que, en ambos casos, es posible acceder a uno u otro a través de los mismos

Ref. Expediente N° SD2025/0048528

canales, asumiendo equivocadamente que los productos analizados cuentan con un único origen empresarial.

Existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de productos como los contenidos en las **clases 29 y 30**, cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

En este orden de ideas, al aplicar la teoría de la interdependencia, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos y servicios, lo cual no se da en el presente caso.

Relación Clase 32 y productos de las Clases 29, 30 Razonabilidad

Vista la cobertura de los signos, se observa que a pesar de que el signo solicitado pretende amparar productos de la **clase 32** los cuales se encuentran en un nomenclátor diferente a la de los productos que protegen la familia de marcas registradas **SATIBO** para las **clases 29 y 30**, entre los mismos obra una relación estrecha y directa toda vez que el signo solicitado pretende identificar productos afines a aquellos distinguidos por la marca previamente registrada.

En efecto, la vinculación existente entre los signos se evidencia en que se trata de productos cuya finalidad es similar, dado que se trata de productos relativos a “bebidas”, por lo tanto, se concluye que se trata de productos sustitutos entre sí. Por tanto, los signos cotejados tienen como objeto productos de naturaleza y finalidad similar, lo cual permite que un consumidor pueda satisfacer una misma necesidad a través de los productos de un u otro signo.

De igual forma existe el riesgo de confusión en los consumidores dado que los canales de distribución, divulgación o comercialización de estos productos pueden coincidir, situación que podría generar la idea errónea de que se trata de elementos que tienen el mismo origen empresarial.

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”⁶”.

En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada (interdependencia), que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser

⁶ En términos del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina la interdependencia se configura en los siguientes supuestos “(…) la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”. COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. 2004. Interpretación Prejudicial 135-IP2004).

Resolución N° 104536

Ref. Expediente N° SD2025/0048528

más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los servicios en estudio, lo cual no se da en el presente caso.

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 CAFÉ SATIVA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por CAFÉ SATIVA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca CAFÉ SATIVA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por CAFÉ SATIVA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca CAFÉ SATIVA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por CAFÉ SATIVA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a CAFÉ SATIVA S.A.S., 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 QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 10 de diciembre de 2025

⁷ 25: Prendas de vestir, calzado y accesorios para hombres, mujeres y niños, tales como camisetas, pantalones, chaquetas, sudaderas, gorras, bufandas, zapatos, botas, sandalias y ropa interior.

, mosto de cerveza, cerveza de malta, mosto de malta, cerveza de jengibre, extracto de lúpulo para la fabricación de cerveza.

⁸ 30: Café; café tostado en granos; café molido; café molido y descafeinado; café sin tostar; granos de café cubiertos de chocolate; granos de café recubiertos de azúcar; bebidas de café; café descafeinado; café expreso; café helado; café instantáneo; café preparado, té, cacao; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

⁹ 32: Cervezas; todo tipo de cervezas, mosto de cerveza, cerveza de malta, mosto de malta, cerveza de jengibre, extracto de lúpulo para la fabricación de cerveza.

Resolución N° 104536

Ref. Expediente N° SD2025/0048528



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

