

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 764

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

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 21 de abril de 2025, **RISAS FACTORY S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **DON JEDIONDO CAFE** (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 18, 21, 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1067, **FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA** presentó oposición frente a las clases 18, 21, 30 y 43, con fundamento en: Literal i) Artículo 135 Decisión 486 de la Comunidad Andina - Engañoso y Literal j) Artículo 135 Decisión 486 de la Comunidad Andina - Reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida.

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

(...) La presente oposición se sustenta en los derechos prioritarios derivados de la declaratoria de protección de la Denominación de Origen CAFÉ DE COLOMBIA, cuya facultad para autorizar el uso fue delegada en la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (en adelante la "Federación").

En efecto, mediante Resolución No. 4819 del 4 de marzo de 2005, el Superintendente de Industria y Comercio declaró la protección de la denominación de origen Café de Colombia, cuyas particularidades son las siguientes:

- *Producto distinguido: Café de la especie arábica*
- *Zona geográfica*
Delimitación política: COLOMBIA
Delimitación geográfica: Zona cafetera colombiana localizada entre latitud norte 1° a 11°15'; longitud oeste de 72° a 78° y altitud de 400 a 2500 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.).
- *Características: "Suave, de taza limpia, con acidez y cuerpo medio/alto, aroma pronunciado y completo, propio del café proveniente únicamente de la especie arábica, cuyas características se deben a los factores humanos de sometimiento al proceso de beneficio húmedo, de recolección selectiva, con un alto componente manual, a ser cultivado por cafeteros de tradición y conocimiento, con procesos de selección esmerados y controlados".*

Debe tenerse en cuenta en este punto que entre el producto designado y la zona geográfica delimitada se presenta un nexo de causalidad, pues la zona presenta factores naturales y humanos que le imprimen al producto las calidades, reputación y características que lo hacen único y que permitieron su declaración como Denominación de Origen. En consecuencia, la Denominación de Origen transmite al consumidor una información referente, ya no un origen empresarial como lo haría una marca de productos y/o servicios, sino a un origen geográfico que dota al producto de calidades y características especiales.

¹ 18: Maletas, tulas, mochilas, bolsos.

21: Mugs, vasos, platos, vajillas.

30: Café, café en grano, café molido, Café de origen, Café tostado, sucedáneos del café.

43: Servicio de restaurante; servicio de café-restaurante y cafetería; bar-restaurante.

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

Aunado a lo anterior, debe tenerse en cuenta que en virtud de la declaración de la protección mencionada, la expresión “Café de Colombia”, antes entendida como una expresión explicativa del género del producto y de su origen geográfico (Colombia), se adhirió a un régimen especial de protección que permite su uso, exclusivamente, a través del procedimiento de “autorización de uso” e impide el registro de marcas que “reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes”.

(...) El signo solicitado incurre en la prohibición de registro prevista en la literal j) del artículo 135 de la Decisión 486 de 2000, esto es, reproduce e imita una Denominación de Origen para identificar el mismo producto designado en su declaración de protección, así como para productos y servicios íntimamente relacionados.

(...) Igualmente, incurre en la prohibición de registro prevista en el literal i) del artículo 135 de la Decisión 486 de 2000, a saber, puede engañar al público respecto a las características del producto a identificar.

(...) Como se puede observar el signo solicitado está conformado por una marca mixta cuyo elemento denominativo está compuesto por la expresión “Don Jediondo Café Colombia” en una tipografía especial y, por otro lado, su elemento gráfico se compone de la representación de un hombre sonriente con sombrero.

Se señala que la marca bajo estudio al hacer uso de la expresión “Café Colombiano”, por definición y la fuerza expresiva propia de las palabras, transmitirá e informará, en todas las oportunidades, que los productos y servicios relacionados con café pretendidos, están directamente relacionados con el mismo producto designado por la Denominación de Origen “Café de Colombia”. De esta manera, nos encontramos frente a una reproducción del signo opositor y lo cual permitirá transmitir al consumidor un origen geográfico específico y determinado a los productos y servicios relacionados con café que identificará (Colombia) y, como consecuencia, se les atribuirá las características/cualidades propias del producto protegido por el Café de Colombia.

Por consiguiente, el signo solicitado reproduce (copia) e imita (se ejecuta a imagen y semejanza) la Denominación de Origen “Café de Colombia” para identificar productos y servicios íntimamente relacionados con el producto designado.

(...) Respecto al uso a título informativo, le recordamos al Despacho que es necesario contar con una autorización de uso previa de la entidad competente de otorgarla, a través del respectivo procedimiento de autorización. Sin embargo, la eventual autorización no permite la inclusión de las expresiones que conforman la Denominación de Origen en un registro marcario, reclamando exclusividad sobre las mismas. Esto por cuanto la marca dada su naturaleza puede ser transferida, licenciada, embargada y de cualquier forma enajenada, lo que implicaría una contradicción con la naturaleza colectiva de las Denominaciones de Origen y su régimen de protección (procedimiento de autorizaciones, trazabilidad sobre el origen, etc.). Así entonces, las expresiones “Café Colombiano” o similares no pueden incorporarse en registros marcarios cuando se trata de signos que pretenden identificar el mismo producto designado por la Denominación de Origen, así como productos/servicios complementarios o sustitutos.

(...) 2. Identidad y Conexidad Competitiva de Productos y Servicios

En primer lugar, resaltamos que el producto distinguido por la Denominación de Origen Café de Colombia es el café de la especie arábica, el cual se encuentra

Resolución N° 764

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

comprendido en la Clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza a efectos del presente análisis.

En segundo lugar, los productos y servicios que pretende identificar la marca solicitante resultan compartir una clara identidad y conexidad competitiva con el producto protegido por la Denominación de Origen Café de Colombia.

(...) Según lo anterior, se evidencia un inminente conflicto debido a la identidad de productos en el caso bajo estudio, ya que la marca pretendida busca identificar exactamente el mismo producto protegido por la Denominación de Origen en la Clase 30, a saber: “Café”. Esto hace inevitable que el consumidor promedio incurra en error respecto de la naturaleza y origen de los productos ofrecidos por el solicitante en el mercado.

(...) Por otra parte, en lo que respecta a los productos descritos como “sucedáneos del café”, se advierte que, al ser derivados directos del café, comparten una finalidad y naturaleza similares. Esto evidencia una clara conexidad competitiva, dado que se trata de un conjunto de productos que pueden actuar como sustitutos del café en la percepción del consumidor.

Finalmente, respecto a los servicios pretendidos en la Clase 43, evidenciamos que los servicios de “café” o “cafeterías” son por definición el escenario comercial diseñado especialmente para el consumo de los productos de café, por cuanto son escenarios comerciales en los que el público consumidor puede adquirir café y bebidas a base de café con gran frecuencia y facilidad. Lo anterior, también permite visualizar que existe una alta posibilidad que el público consumidor pueda inferir razonablemente que este tipo de servicios de restaurantes y cafeterías son ofrecidos por empresarios que se dedican a la comercialización del café proveniente de Colombia.

(...) Aunque los productos comprendidos en las clases 18 y 21, como maletas, mochilas, tulas, mugs, vasos, platos y vajillas, no son productos de café ni sucedáneos directos, su conexión con el ecosistema del café colombiano es notoria y relevante. Estos productos suelen desempeñar un papel complementario y simbólico en la comercialización, así como un elemento de posicionamiento de marcas cafeteras, y su uso como productos promocionales, institucionales o de merchandising ha sido ampliamente adoptado por empresas productoras y distribuidoras de café, incluidas aquellas autorizadas para el uso de la Denominación de Origen “Café de Colombia”.

Desde la perspectiva del consumidor promedio, es razonable considerar que este tipo de productos en las Clases 18 y 21, cuando incluyen expresiones como “CAFÉ COLOMBIANO”, podrían percibirse como procedentes de un origen empresarial vinculado o autorizado con la Denominación de Origen, sobre todo cuando forman parte de estrategias de marca que tradicionalmente los acompañan. En consecuencia, la incorporación de dicha expresión en el conjunto marcario solicitado podría generar una ventaja competitiva injusta frente al consumidor promedio y permitiría reforzar el hecho que la marca solicitada pueda inducir a error respecto del origen, respaldo o calidad de los productos, y con ello, vulnerar tanto el literal i) (engañar al público sobre procedencia) como el literal j) (reproducir o imitar una denominación de origen protegida con riesgo de asociación o aprovechamiento) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

(...) 3. Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal i) del artículo 135 de la Decisión 486

Teniendo en cuenta que una de las funciones principales de la Denominación de Origen es la de proteger al consumidor mediante la información de la procedencia y características del producto distinguido por ella, generando en

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

aquél la confianza de que el producto que adquiere ostenta las cualidades por las cuales fue protegida la Denominación de Origen.

Lo anterior implicaría que los consumidores al visualizar la marca solicitada en el comercio asuman que cualquier producto o servicio relacionado con café comercializado bajo esta expresión “DON JEDIONDO CAFE COLOMBIANO” goza de las características/calidades reivindicadas por la Denominación de Origen Café de Colombia (especie, características, zona geográfica y demás factores naturales y humanos) e incluso que dichos productos han sido autorizados para utilizar la Denominación de Origen.

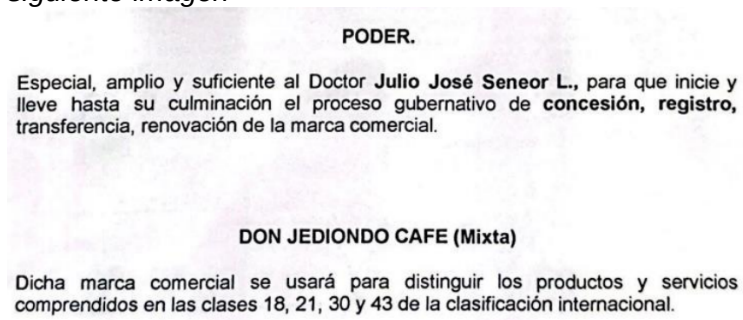
Como consecuencia de lo anterior, la eventual concesión del registro solicitado podría engañar a los medios comerciales y al público consumidor al brindarle características y cualidades a los productos y servicios que pretenda identificar, atribuidos -por el hecho de incorporar la Denominación de Origen por el uso de la expresión “CAFE COLOMBIANO”. Además, no sólo afectaría la libertad decisoria del consumidor (por cuenta de la errónea elección de un producto que no satisface sus necesidades al no cumplir las condiciones del correspondiente acto de protección y reglamento de uso de la Denominación de Origen) sino que también perjudicaría a los productores cuyo café sí ha sido autorizado para usar la mencionada Denominación de Origen o el respectivo sello oficial adoptado por la Superintendencia de Industria y Comercio, el cual puede ser usado en los empaques que cuenten con la autorización correspondiente de la “Denominación de Origen Protegida”³, perdiendo así su ventaja competitiva.

(...) Respecto a la eventual concesión en conjunto (disclaimer) conviene preguntarse: ¿Cuál es el alcance de registros nominativos concedidos en conjunto? Pues, finalmente el acto administrativo mediante el cual se concede un registro marcario otorga el derecho a su uso exclusivo en los términos establecidos en los artículos 154 y siguientes de la Decisión 486 de 2000. Se trata entonces de un acto constitutivo de derechos que goza de la presunción de legalidad y que tiene efectos directos en el comercio respecto de los consumidores y de los demás competidores, por lo que resulta de especial importancia evitar la concesión de registros que finalmente carezcan de un ámbito cierto de protección y puedan derivar, en la práctica, en restricciones indebidas a los demás competidores.

Que dentro del término concedido para tal efecto, **RISAS FACTORY S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

(...) a) El logo solicitado, fue precisado conforme la solicitud radicada con el No. SD2025/0054193, realizada el 6 de junio de 2025.

b) La modificación de la solicitud de la marca, se realizó teniendo en cuenta que el poder otorgado para presentar a registro de la marca, fue expedido, para registrar la marca “DON JEDIONDO CAFÉ” como se puede apreciar en la siguiente imagen



Como se puede observar, el poder otorgado, coincide con la marca solicitada, No. SD2025/0054193, realizada el 6 de junio de 2025, esto es, “DON JEDIONDO

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

CAFÉ”

(...) En este caso, es claro que en el presente caso, la modificación:

- No amplía el espectro del derecho pretendido*
- La expresión colombiano es inapropiable, porque todos los que hacen productos o prestan servicios colombianos lo pueden incluir o informar*
- Su ubicación e importancia de la marca es total y completamente secundaria*

Por tanto, conforme el logo de la marca aportado, la ley y la doctrina ya sentada, es claro que la marca solicitada es “DON JEDIONDO CAFÉ”

(...) Contrario a lo sostenido por el opositor, la marca DON JEDIONDO CAFÉ, no reproduce ninguna denominación de origen y en su lugar, estamos hablando de que DON JEDIONDO tiene una familia de marcas, ya que cuenta con varios registros para distintos tipos de productos o servicios

(...) Ahora bien, al existir una familia de marcas, cuando el consumidor vea claramente la expresión “DON JEDIONDO CAFE” va a pensar en dicha familia de productos o que tiene el mismo origen empresarial de los otros productos con la marca “DON JEDIONDO” y no que esta explotando engañosamente una denominación de origen.

Incluso, aceptado que la marca fuera DON JEDIONDO CAFÉ COLOMBIANO, no se esta usando la denominación de origen CAFÉ DE COLOMBIA, solo se esta informando que el café se simbra en Colombia, pero que es producido por el personaje o bajo la asesoría y vigilancia de DON JEDIONDO

(...) La denominación de origen, señala que es para CAFÉ DE COLOMBIA, mientras que la marca solicitada es DON JEDIONDO CAFÉ, por tanto, los signos en contienda no tienen ningún tipo de similitud y, por consiguiente, no hay relación entre las marcas

(...) - No hay posibilidad de sustituir el café por un morral, tula, bolso o mochila

Entre los productos de la clase 18 solicitados y la denominación de origen, no es posible sustituir el café por un morral, tula, bolso o mochila, ya que cada uno cumple y satisface fines muy distintos.

(...) - NO hay un uso conjunto o complementario.

Para consumir café, no requiero un morral, maleta o bolso, son dos objetos sin ninguna relación

(...) La marca solicitada, pretende identificar los siguientes productos de la clase 21 internacional

“Mugs, vasos, platos, vajillas.”

- Resulta imposible sustituir el café por mugs, vasos, platos o vajillas, ya que son productos que tienen finalidades u objetivos totalmente distintos y que no estan relacionados entre sí.

- El empresario que identifica café, no hace mugs, vasos, platos o vajillas, ya que tienen materiales, materias primas, canales de comercialización y requieren conocimientos o aparatos para su fabricación totalmente distintos.

Que mediante solicitud presentada el 06 de junio de 2025, **RISAS FACTORY S.A.S.** radicó modificación al signo objeto de estudio, en el sentido de eliminar la expresión

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

COLOMBIANO, cambiando la etiqueta aportada, de la siguiente manera:

Solicitud inicial:



Solicitud con modificación:



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.

Modificación a la solicitud de registro

El artículo 143 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, señala que: "El solicitante de un registro de marca podrá pedir que se modifique la solicitud en cualquier momento del trámite. Del mismo modo podrá pedir la corrección de cualquier error material.

Asimismo, la oficina nacional competente podrá sugerir al solicitante modificaciones a la solicitud en cualquier momento del trámite. Dicha propuesta de modificación se tramitará de conformidad con lo establecido en el artículo 144.

En ningún caso la modificación podrá implicar el cambio de aspectos sustantivos del signo o la ampliación de los productos o servicios señalados inicialmente en la solicitud.

Si las normas nacionales lo permiten, se podrán establecer tasas para la solicitud de modificación."

Análisis de la modificación a la solicitud de registro

En el presente asunto, la Dirección logró establecer que la variación pretendía puede ser aceptada, al no tratarse de una modificación sustancial, siendo un elemento del que el

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

solicitante puede disponer hasta antes de la solicitud, pues no amplía el espectro del derecho inicialmente pretendido.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal i) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

i) puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate.

Concepto de la norma

Debe entenderse que existe engaño cuando el signo genera en la mente del consumidor una distorsión de la realidad respecto de las características del producto o servicio distinguido, siendo entonces necesario proceder a la protección del interés general del público consumidor negando la protección sobre este tipo de conjuntos marcarios.²

Así las cosas, para determinar si una marca es engañosa, es preciso relacionar el signo solicitado con los productos o servicios a distinguir, apreciar esta relación que surge entre el signo y los productos o servicios, para concluir si la información otorgada por la marca genera algún tipo de incongruencia o engaño que pueda afectar al consumidor. Es decir, se pretende que el consumidor confíe en que la información que le proporciona la marca sea correcta y no lo induzca a error sobre la calidad, composición, procedencia o aptitud para el empleo de los productos o servicios que va a consumir.

En consecuencia, la marca será engañosa cuando informe una cantidad o una naturaleza que no posee pero que sea precisamente la que atrae al consumidor. Por lo tanto, será entonces fundamental ubicar muy bien el tipo de producto al que se aplica la marca para poder lograr identificar cuál o cuáles son las características que inciden en su calidad y por las cuales el consumidor lo adquiere.

Literal j) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

j) Reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes, cuando su uso pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación con la denominación; o implicase un aprovechamiento injusto de su notoriedad.

Concepto de la norma

El Título XI de la Decisión Andina 486 contiene las normas relativas a las indicaciones geográficas, género en el que la norma incluye las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia. Las indicaciones de procedencia son definidas por la norma en los siguientes términos:

“Artículo 221. Se entenderá por indicación de procedencia un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado”.

² TJCA, Proceso 35-IP- 98

Resolución N° 764

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

Así, la indicación de procedencia consiste en un signo indicador del origen de un producto, sin que para su uso se requieran elementos diferentes a la veracidad. En consecuencia, se trata de un término descriptivo del origen del producto, por lo que no existe un uso exclusivo sobre una indicación de procedencia, recayendo el derecho a usarla en cualquier persona que pretenda informar al público sobre el origen de su producto.

Por otra parte, las denominaciones de origen son definidas en los siguientes términos:

“Artículo 201. Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos”.

Como se aprecia en la definición legal, a diferencia de la indicación de procedencia, la denominación de origen requiere que el producto posea unas cualidades o reputación ligadas al origen geográfico, incluidos sus factores naturales y humanos. En otras palabras, una denominación de origen identifica un producto proveniente de una zona geográfica determinada, cuyas características están necesariamente ligadas tanto a las condiciones naturales de dicha zona, como al esfuerzo de una colectividad para conseguir y preservar unas condiciones y costumbres homogéneas, las cuales generan la diferenciación adquirida del producto.

En atención a los derechos así adquiridos por determinada colectividad, y como medida de protección a los consumidores, quienes asocian la referencia a la zona geográfica a la calidad o reputación del producto, la legislación reconoce que ha dejado de ser un término descriptivo para convertirse en un signo distintivo, tal como dispone la norma andina:

“Artículo 220. Las denominaciones de origen protegidas conforme a lo previsto en la presente Decisión, no serán consideradas comunes o genéricas para distinguir el producto que designan, mientras subsista dicha protección en el país de origen”.

De acuerdo con el literal j) del artículo 135 andino antes transcrito, para que el registro de una marca sea negado se requiere que ella cumpla con varios supuestos de hecho:

(i) En primer lugar, que el signo solicitado reproduzca, imite o contenga una denominación de origen protegida.

Para determinar el alcance de las expresiones “reproduzca”, “imite” y “contenga”, es necesario tener presente el significado de cada una. Así, reproducir significa “*ser copia de un original*”; imitar, “*parecerse, asemejarse a otra*”; y contener, “*llevar o encerrar dentro de sí a otra*”³.

De las aludidas definiciones se desprende que la causal no requiere que se trate de una reproducción literal de la denominación de origen, sino que basta con que se le asemeje de alguna manera, incluso evocándola, para denegar el registro solicitado.

(ii) El segundo supuesto de hecho consiste en que el signo se solicite para los mismos productos, o para productos diferentes cuando su uso pueda causar un riesgo de confusión o asociación.

³ Diccionario de la lengua española - Vigésima Segunda Edición. Real Academia de la Lengua Española.

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

En el primer caso -que el signo se solicite para los mismos productos-, la sola reproducción, imitación o inclusión de la denominación de origen genera el riesgo de confusión o asociación.

En el segundo caso -que el signo se solicite para productos diferentes-, será necesario analizar si existe algún tipo de relación entre ellos y los identificados con la denominación de origen, con la finalidad de definir si puede generar un riesgo de confusión o asociación.

(iii) El último supuesto de hecho consiste en que el uso del signo solicitado implique un aprovechamiento injusto de la notoriedad la denominación de origen.

Al respecto, es relevante mencionar que la norma parte del hecho de la notoriedad de la denominación de origen, por lo que no exige prueba de ello. En efecto, debe recordarse que uno de los presupuestos para declarar la protección de la denominación de origen es que el producto que ella identifique cuente, entre otros, con una reputación imputable al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, por lo que tal reputación (o notoriedad, pues la legislación no las diferencia) ha sido previamente determinada. Adicionalmente, la presente causal de irregistrabilidad no es de las denominadas causales relativas, sino de las absolutas.

Cabe indicar, que de acuerdo con el artículo 207 andino, solo pueden usar la denominación de origen, previa autorización, quienes directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que ella distingue, siempre que realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica delimitada en la declaración de protección y cumplan con otros requisitos exigidos por la oficina nacional. Por tal motivo, el uso de un signo que reproduzca, imite o contenga la denominación de origen por parte de una persona que no cumple los antes referidos requisitos, resulta ser un aprovechamiento injusto de su notoriedad.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:



El cual pretende identificar los siguientes productos y servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

18: Maletas, tulas, mochilas, bolsos.

21: Mugs, vasos, platos, vajillas.

30: Café, café en grano, café molido, Café de origen, Café tostado, sucedáneos del café.

43: Servicio de restaurante; servicio de café-restaurante y cafetería; bar-restaurante.

En el presente asunto vemos como el opositor fundamenta su oposición en el hecho de que el signo solicitado a registro incluía dentro de su denominación la expresión CAFÉ

Resolución N° 764

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

COLOMBIANO, por lo que se estaría realizando una reproducción de la Denominación de Origen CAFÉ DE COLOMBIA, y, en consecuencia, se estaría generando engaño al consumidor respecto de la calidad de los productos y servicios a identificar al mencionar la misma procedencia geográfica que corresponde a la cobertura de la denominación de origen, es decir, COLOMBIA, junto al producto CAFÉ, lo cual llevaría a que el consumidor asigne erróneamente a los productos y servicios las mismas cualidades que tienen los productos identificados bajo la denominación de origen.

Ahora, ya quedó expuesto como el solicitante realizó una modificación del signo, en el sentido de eliminar precisamente la expresión “COLOMBIANO”, que es la que referencia una procedencia geográfica particular, dejando el signo tan solo con la denominación DON JEDIONDO CAFÉ, la cual no hace referencia a ninguna región en particular ni nominal ni visualmente.

En consecuencia de lo anterior, desaparecen los supuestos de hecho necesarios para realizar el análisis de las causales de irregistrabilidad establecidas en los literales i) y j) del artículo 135, alegadas por el opositor, al haberse eliminado la expresión COLOMBIAN, indicativa de una procedencia geográfica particular.

Adicionalmente, visto el Sistema de Información de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por **FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA**, frente a la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Declarar infundada la oposición interpuesta por **FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA**, frente a la clase 21 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 3: Declarar infundada la oposición interpuesta por **FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA**, frente a la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 4: Declarar infundada la oposición interpuesta por **FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA**, frente a la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 5: Conceder el registro de la Marca **DON JEDIONDO CAFE** (Mixta).



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

18: Maletas, tulas, mochilas, bolsos.



Resolución N° 764

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: RISAS FACTORY S.A.S.
Carrera 55B No. 79B - 50
BOGOTA CUNDINAMARCA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 6: Conceder el registro de la Marca **DON JEDIONDO CAFE** (Mixta).



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

21: Mugs, vasos, platos, vajillas.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: RISAS FACTORY S.A.S.
Carrera 55B No. 79B - 50
BOGOTA CUNDINAMARCA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 7: Conceder el registro de la Marca **DON JEDIONDO CAFE** (Mixta).



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

30: Café, café en grano, café molido, Café de origen, Café tostado, sucedáneos del café.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: RISAS FACTORY S.A.S.
Carrera 55B No. 79B - 50
BOGOTA CUNDINAMARCA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

Ref. Expediente N° SD2025/0036016

ARTÍCULO 8: Conceder el registro de la Marca **DON JEDIONDO CAFE** (Mixta).



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

43: Servicio de restaurante; servicio de café-restaurante y cafetería; bar-restaurante.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: RISAS FACTORY S.A.S.
Carrera 55B No. 79B - 50
BOGOTA CUNDINAMARCA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 9: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 10: Notificar a **RISAS FACTORY S.A.S.**, solicitante del registro y a **FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 11: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS