

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 1000

Ref. Expediente N° SD2025/0093536

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 12 de septiembre de 2025, COMERCIALIZADORA CAFEPOL SAS, solicitó el registro de la Marca Café Pol Premium Quality (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30, 32 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

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

¹ **30:** Café, té, cacao y sucedáneos del café; 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; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Ref. Expediente N° SD2025/0093536

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	POLKCAFÉ (LAS EXPRESIONES ESTD, 1963, TOASTED Y COFFEE IRÁN COMO EXPLICATIVAS)	MONICA LILIANA SIERRA LOPEZ	SD2021/0101413	11	30	Marca	Registrada	12 jul. 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)”.

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0093536

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia 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 los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea se observa que son similares, así:

CAFÉ POL PREMIUM QUALITY / POLKCAFÉ ESTD 1963 TOASTED Y COFFEE

El signo CAFÉ POL PREMIUM QUALITY presenta similitudes ortográficas respecto del elemento nominativo que distingue y caracteriza a la marca POLKCAFÉ ESTD 1963TOASTED Y COFFEE, toda vez que, como se puede evidenciar, el signo solicitado transcribe las expresiones “POL” y “CAFÉ”, las cuales le otorga la distintividad a la marca previamente registrada.

Si bien en el signo solicitado dichos elementos se presentan de forma separada y acompañados de las expresiones adicionales “PREMIUM QUALITY”, mientras que en la marca registrada aparecen unidos en una sola palabra “POLKCAFÉ” y complementados con los términos “ESTD 1963 TOASTED Y COFFEE”, tales variaciones no resultan suficientes para desvirtuar la similitud ortográfica existente, en la medida en que se trata de expresiones puramente informativas, referidas a la calidad del producto o a su época de creación empresarial.

Ahora bien, desde el punto de vista fonético, al ser articuladas las denominaciones que se encuentran en conflicto es posible advertir que se genera un impacto sonoro altamente similar, toda vez que en ambos signos se reproducen de manera predominante los



Ref. Expediente N° SD2025/0093536

sonidos /POL/ y /CA-FÉ/. Si bien se utiliza de una forma yuxtapuesta, el signo solicitado, articulado de manera sucesiva respecto del signo previamente registrado, resuena de manera idéntica en su elemento más distintivo pues los fonemas utilizados no cambian a pesar de contener la letra “K” dentro de la marca protegida.

En cuanto a las semejanzas gráficas, tratándose de la comparación entre marcas de naturaleza mixta, es pertinente señalar que el carácter distintivo del signo recae principalmente en su componente denominativo, el cual constituye el elemento que el consumidor recordará y utilizará al referirse a los productos y servicios identificados por la marca. No obstante, es claro que en ambos conjuntos la expresión “POL” se evidencia de forma primordial, creando una semejanza visual adicional.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; 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; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2021/0101413

Clase 30: Café, café descafeinado, café expreso, café molido, café sin cafeína, café sin tostar, café molido, café tostado en granos, sucedáneos del café, cápsulas de café.

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° SD2025/0093536

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 internacional – Criterio de identidad y razonabilidad

Es importante precisar que los signos distintivos no identifican clases en abstracto, sino productos o servicios específicos, y que dentro de una misma clase pueden coexistir bienes agrupados principalmente por razones de finalidad general, más que por compartir características funcionales, técnicas o de origen empresarial.

En el presente caso se advierte una clara similitud entre los signos confrontados, toda vez que ambos buscan distinguir productos idénticos que se encuentran comprendidos en la clase 30 del nomenclátor internacional, específicamente “*café; sucedáneos del café*”. En atención a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección considera innecesario un examen más profundo para establecer que el signo solicitado pretende identificar los mismos productos amparados por la marca previamente registrada dentro de dicha clase, al compartir productos idénticos.

Por otra parte, al pertenecer a un género amplio de productos, los consumidores suelen asociar que una marca que desarrolla un tipo de productos alimenticios dentro de una clase también lo haga para las especies de los mismos, por lo que las marcas en este aspecto reflejan una conexidad desde la razonabilidad.

De esta manera, los signos en conflicto comparten idéntico género, naturaleza y finalidad, por cuanto ambos se refieren a productos de café y sucedáneos del café destinados al consumo humano, dirigidos al público general y ofrecidos a través de canales de comercialización coincidentes, tales como supermercados, tiendas especializadas en café, cafeterías, establecimientos de venta de alimentos y plataformas de comercio electrónico, lo cual incrementa el riesgo de asociación o confusión indirecta respecto del origen empresarial de los productos.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 y los productos de la clase 32 internacional – Criterio de sustituibilidad y razonabilidad

Los productos amparados por el signo registrado en la clase 30, tales como “*café, té, cacao y sucedáneos del café; 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*”, presentan una relación con los productos comprendidos en la clase 32 del signo que se pretende registrar, en particular “*cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas*”.

En efecto, se trata de bienes que concurren en el mismo ámbito del consumo alimentario cotidiano, dirigidos a un público amplio. Esta confluencia crea en el imaginario del consumidor que puedan derivarse de un mismo origen empresarial, lo cual, se suma a que son ofrecidos habitualmente a través de canales de comercialización coincidentes, tales como supermercados, tiendas mayoristas o minoristas, restaurantes, cafeterías y plataformas de comercio electrónico. En estos escenarios, el consumidor encuentra de manera conjunta productos destinados a acompañar o complementar las comidas, lo que refuerza su cercanía desde la perspectiva del mercado.

Adicionalmente, algunos de estos productos pueden resultar funcionalmente sustituibles en determinados contextos de consumo. Así, bebidas como “*aguas minerales y otras bebidas sin alcohol*” o “*bebidas a base de frutas y zumos de frutas*” pueden sustituir, según la preferencia del consumidor, a preparaciones calientes elaboradas a partir de “*café, té, cacao y sucedáneos del café*”, especialmente en función del momento de consumo,

Ref. Expediente N° SD2025/0093536

hábitos alimentarios, clima o disponibilidad. De igual forma, *“siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas”* se relacionan directamente con productos de la clase 30 como *“azúcar, miel, jarabe de melaza”*, al cumplir funciones similares de endulzamiento o saborización.

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 y los servicios de la clase 43 internacional – Criterio de razonabilidad

Los productos de la clase 30, tales como *“café, té, cacao y sucedáneos del café; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias”*, presentan una relación directa y funcional con los servicios comprendidos en la clase 43, específicamente *“servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal”* que pretende amparar el signo solicitado.

En la práctica del mercado, los restaurantes suelen incorporar, además de las comidas preparadas que sirven en los establecimientos de comercio, el suministro y comercialización de alimentos y bebidas como aquellos en la clase 30. Es habitual que las cafeterías, restaurantes, hoteles y demás establecimientos de alimentación desarrollen sus propios productos como *“café”, “pan”, “productos de pastelería”, “harinas y preparaciones a base de cereales”* y *“especias”* al tratar de expandir sus propios ámbitos de negocios a mercados contiguos con consumidores fidelizados.

Por lo tanto, al existir una relación funcional y la integración habitual de estos productos dentro de la prestación de los servicios de la clase 43 generan una expectativa razonable de que ambos provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, configurándose así una clara conexidad competitiva entre los productos de la clase 30 y los servicios de la clase 43.

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 Pol Premium Quality (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por COMERCIALIZADORA CAFEPOL SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Café Pol Premium Quality (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional de

⁵ 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; 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.

Resolución N° 1000

Ref. Expediente N° SD2025/0093536

Niza⁶, solicitada por COMERCIALIZADORA CAFEPOL SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca Café Pol Premium Quality (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por COMERCIALIZADORA CAFEPOL SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a COMERCIALIZADORA CAFEPOL SAS, 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 5 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 32: Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

⁷ 43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

