

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 1004

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

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 3 de julio de 2025, el señor RICARDO ANDRES GARCIA PARRA, solicitó el registro de la Marca CUSTODIO del FONCE CAFÉ (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30, 35 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1073, 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

Literales a) y b) 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.

b) sean idénticos o se asemejen a un nombre comercial protegido, o, de ser el caso, a un rótulo o enseña, siempre que dadas las circunstancias, su uso pudiera originar un riesgo de confusión o de asociación.

¹ 30: Café; café molido; café tostado en granos.

35: Servicios de venta al por mayor de café; servicios de venta al por menor de café.

43: Servicios de cafés y cafeterías.

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

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

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	Alba del Fonce Alimentamos con bienestar!	GRUPO ALIMENTICIO ALBA DEL FONCE S.A.S.	SD2022/0062184	11	30, 35	Marca	Registrada	19/05/2033
Mixta	CUSTODIA COFFEE	HEIDER ALBEIRO RODRIGUEZ BOHORQUEZ	SD2024/0087472	12	30	Marca	Registrada	23/09/2035

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° SD2025/0065098

Nominativa	PERLA DEL FONCE	D'ORIGENN S.A.S.	SD2022/0011023	11	30	Marca	Registrada	12/08/2032
Nominativa	PERLA DEL FONCE	D'ORIGENN S.A.S.	SD2017/0063826	11	30	Marca	Registrada	17/05/2029
Mixta	GAAF Grupo Alimenticio Alba del Fonce	GRUPO ALIMENTICIO ALBA DEL FONCE S.A.S.	SD2020/0029096	11	30, 35	Marca	Registrada	19/02/2031

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 PERLA DEL FONCE

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado sobre las marcas mixtas 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, 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”.

Por otra parte, en el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado sobre el análisis entre signos denominativos y mixtos 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

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos confrontados presentan similitudes que pueden generar riesgo de confusión, dado que el signo solicitado CUSTODIO DEL FONCE CAFÉ incorpora de manera íntegra elementos distintivos de las marcas registradas sin que existan diferencias suficientes para diluir el riesgo de confusión.

CUSTODIO DEL FONCE CAFÉ/ MOLINOS ALBA DEL FONCE LTDA / ALBA DEL FONCE ALIMENTAMOS CON BIENESTAR! / PERLA DEL FONCE

Desde el punto de vista ortográfico, los signos confrontados presentan una similitud relevante derivada de la coincidencia en la expresión **“DEL FONCE”**, la cual se reproduce de manera idéntica en el signo solicitado respecto a los signos antecedentes. Dicha expresión constituye un componente común, visible y fácilmente identificable por el consumidor, que adquiere especial relevancia dentro de la estructura de cada signo por su función genitiva o de pertenencia, circunstancia que tiende a captar y fijar la atención del público.

Por su parte, la supresión o variación de elementos como **“ALBA”** o **“PERLA”**, así como de expresiones accesorias tales como **“LTDA”**, **“GRUPO ALIMENTICIO”** y **“ALIMENTAMOS CON BIENESTAR”**, no resulta suficiente para neutralizar la similitud visual generada por la reiteración del segmento **“DEL FONCE”**. En consecuencia, el consumidor puede percibir los signos como pertenecientes a una misma familia marcaria o como indicativos de un origen empresarial común o vinculado.

En el plano fonético, la coincidencia también es significativa, puesto que todos los signos comparten la misma secuencia sonora final /del fon-ce/, con idéntica acentuación, ritmo y cadencia. En la práctica, el consumidor suele retener y reconocer los signos por sus elementos comunes más notorios, especialmente cuando estos se repiten de manera constante en distintas denominaciones. Así, al ser pronunciados, los signos generan una impresión auditiva semejante, en la que el componente **“DEL FONCE”** actúa como eje identificador principal.

Esta proximidad sonora puede inducir al público a asumir erróneamente que se trata de marcas relacionadas, líneas de productos asociadas o variantes comerciales de un mismo origen empresarial, configurándose un riesgo de confusión directa o, al menos, de asociación.

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

CUSTODIO DEL FONCE CAFÉ / CUSTODIA COFFEE

Desde el punto de vista ortográfico, los signos presentan una similitud relevante derivada de la coincidencia en el elemento léxico **CUSTODIO / CUSTODIA**, los cuales comparten la misma raíz gráfica *CUSTOD*-. Esta coincidencia en la secuencia inicial de letras genera una proximidad visual significativa, más aún cuando se trata del componente dominante en ambos signos. La expresión añadida **“DEL FONCE”** introduce una diferencia que no desplazan la atención del consumidor del elemento común, que se percibe como el núcleo identificador del origen empresarial.

Desde el plano fonético, la semejanza también es apreciable, ya que **CUSTODIO** y **CUSTODIA** se pronuncian con una cadencia y estructura sonora muy próximas, manteniendo la misma acentuación y el mismo grupo consonántico inicial *cus-to-di*-. La variación final entre los sonidos */-dio/* y */-dia/* no genera un contraste auditivo suficiente para evitar la confusión, especialmente en una percepción imperfecta o rápida del consumidor. En consecuencia, la impresión fonética global de ambos signos resulta cercana, lo que puede inducir al público a asociarlos o a atribuirles un mismo origen empresarial.

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:

Clase 30: Café; café molido; café tostado en granos.

Clase 35: Servicios de venta al por mayor de café; servicios de venta al por menor de café.

Clase 43: Servicios de cafés y cafeterías.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2022/0062184

Clase 30: Chocolate, chocolate en polvo, chocolate negro, chocolate blanco, chocolate agridulce, chocolate en polvo para la preparación de bebidas de chocolate, mezclas para hacer chocolate caliente, mezclas en polvo para la preparación de bebida de chocolate instantánea, pastillas de chocolate, chocolate de mesa con sabor a vainilla, clavos y canela y tradicional, chocolate de mesa sin azúcar, chocolate con leche [bebida], bebidas a base de chocolate, productos de chocolate, bebidas a base de chocolate, coberturas de chocolate, pastas para untar a base de chocolate, productos de confitería de chocolate, confitería a base de chocolate, barras de chocolate, tabletas de chocolate, sucedáneos del chocolate, cocoa, cacao, cacao en polvo, café, café instantáneo, café molido, café sin tostar, bebidas a base de café, café en polvo, preparaciones y bebidas a base de café, hojuelas de avena, avena procesada, avena molida, harinas a base de cereales.

⁴ Ibidem, p.2.

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

Clase 35: Servicios de venta minorista o mayorista de café, chocolate y cacao, servicios de distribución comercial al por mayor de café, chocolate y cacao.

Expediente SD2024/0087472

Clase 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.

Expediente SD2022/0011023

Clase 30: arroz, café, te, azúcar, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo.

Expediente SD2017/0063826

Clase 30: panela en todas sus presentaciones (redonda, cuadrada, granulada, pulverizada, cubos

Expediente SD2020/0029096

Clase 30: Chocolate, chocolate de mesa, chocolate en polvo para la preparación de bebidas a base de chocolate, bebidas a base de chocolate, café, cacao, hojuelas de avena, avena procesada, avena molida, harinas a base de cereales.

Clase 35: Servicios de venta minorista o mayorista de café, cacao, chocolate, avena molida, hojuelas de avena y harinas a base de cereales; gestión de negocios comerciales relacionados con la venta minorista y mayorista de café, cacao, chocolate, avena molida, hojuelas de avena y harinas a base de cereales; Administración comercial de tiendas mayoristas y minoristas de café, cacao, chocolate, avena molida, hojuelas de avena y harinas a base de cereales.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 30 internacional de las marcas confrontadas (Identidad y 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 o servicios 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 existe duda sobre la relación entre los signos confrontados, en la medida en que distinguen el mismo tipo de producto. En efecto, tanto el signo solicitado como las marcas registradas en los expedientes **SD2022/0062184**, **SD2024/0087472**, **SD2022/0011023** y **SD2020/0029096** identifican café, así como distintas variaciones y presentaciones de dicho producto comprendidas en la clase 30. En consecuencia, estos productos concurren directamente en el mercado y se dirigen a la misma necesidad de consumo, de modo que el consumidor puede optar indistintamente por unos u otros para satisfacerla.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

“(…) 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”⁵.

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 productos o 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 o servicios, lo cual no se da en el presente caso.

Ahora bien, desde el criterio de razonabilidad, los productos del signo solicitado café, café molido y café tostado en grano guardan una relación directa y estrecha con los productos amparados por las marcas registradas chocolate, hojuelas de avena, té y cacao, así como con los identificados en el expediente **SD2017/0063826**, correspondientes a *panela en todas sus presentaciones*. Ello obedece a que todos integran un mismo universo de alimentos y bebidas de consumo cotidiano, especialmente asociados a la preparación de bebidas calientes y a la alimentación básica, lo que permite al consumidor percibirlos como productos complementarios y provenientes, razonablemente, de un mismo origen empresarial.

En la práctica comercial, estos productos suelen compartirse en canales de distribución, puntos de venta y estrategias de comercialización similares, como supermercados, tiendas especializadas, cafeterías y comercios de alimentos. Asimismo, el consumidor está habituado a que un mismo empresario o marca ofrezca líneas integradas que incluyan café, cacao, té, chocolate o panela, ya sea como productos complementarios o como alternativas de consumo dentro de una misma categoría de bebidas y alimentos energéticos.

En este contexto, resulta razonable que el consumidor asuma que el café y los demás productos mencionados pueden provenir del mismo origen empresarial, al percibirlos como parte de una oferta coherente y complementaria dentro del mercado de alimentos y bebidas. Esta percepción integrada permite concluir que existe una conexión competitiva por razonabilidad entre el café de la clase 30 y los productos de chocolate, avena, té, cacao y panela identificados por las marcas registradas.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 35 internacional de las marcas confrontadas (Identidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección advierte la existencia de conexión competitiva por identidad, en la medida en que el signo solicitado y las marcas correspondientes a los expedientes **SD2020/0029096** y **SD2022/0062184** distinguen las mismas prestaciones, a saber, servicios de venta minorista y mayorista de café. En consecuencia, los servicios comparados comparten idéntica naturaleza, finalidad y público objetivo, al estar orientados a satisfacer las mismas necesidades de los consumidores.

En este contexto, resulta razonable considerar que la coexistencia de los signos en el mercado puede generar riesgo de confusión directa o de asociación, toda vez que, atendiendo a la identidad de los servicios y a las similitudes apreciadas entre las marcas, el consumidor podría erróneamente asumir que se trata de servicios pertenecientes a una misma línea comercial o a un mismo origen empresarial.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 43 y los productos de la clase 30 internacional (Razonabilidad)

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 153-IP-2004.

Resolución N° 1004

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando, atendiendo a la realidad del mercado, el consumidor puede considerar plausible que los productos y servicios provienen del mismo empresario. Bajo este parámetro, los *servicios de cafés y cafeterías* del signo solicitado en la clase 43 guardan una relación directa y estrecha con los productos de café y sus diversas presentaciones amparadas por las marcas registradas en la clase 30, tales como café tostado, molido, instantáneo, en polvo, bebidas a base de café, preparaciones y sucedáneos del café.

En la práctica comercial, las cafeterías constituyen el canal natural de consumo, preparación y comercialización inmediata de los productos de café. El consumidor asocia de manera habitual los establecimientos de café con la oferta directa de bebidas elaboradas a partir de café tostado, molido o instantáneo, así como con productos derivados o sucedáneos. Esta relación funcional y de complementariedad hace que los bienes y servicios se perciban como etapas integradas de una misma cadena económica, orientada a satisfacer una necesidad común de consumo de café.

En este contexto, resulta razonable que el público asuma que los servicios de cafetería pueden ser prestados por el mismo empresario que produce, comercializa o identifica los productos de café utilizados en dichas preparaciones. Es frecuente que marcas de café operen cafeterías propias o licencien su nombre para establecimientos especializados, reforzando la percepción de un origen empresarial común. En consecuencia, se configura una conexión competitiva por razonabilidad entre los servicios de la clase 43 y los productos de café y sus derivados, susceptible de generar riesgo de asociación en el consumidor.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o nombre comercial depositado estará incurso en las causales analizadas 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 las causales de irregistrabilidad establecidas en el artículo 136 literales a) y b) 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 CUSTODIO del FONCE CAFÉ (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por el señor RICARDO ANDRES GARCIA PARRA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca CUSTODIO del FONCE CAFÉ (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por el señor RICARDO ANDRES GARCIA PARRA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca CUSTODIO del FONCE CAFÉ (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación

⁶ 30: Café; café molido; café tostado en granos.

⁷ 35: Servicios de venta al por mayor de café; servicios de venta al por menor de café.



Resolución N° 1004

Ref. Expediente N° SD2025/0065098

Internacional de Niza⁸, solicitada por el señor RICARDO ANDRES GARCIA PARRA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución al señor RICARDO ANDRES GARCIA PARRA, 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

⁸ 43: Servicios de cafés y cafeterías.

