

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3323

Ref. Expediente N° SD2025/0052619

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 5 de junio de 2025, SOTO CAFE SAS, solicitó el registro de la Marca SOTOJEBENA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1071, 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

¹ 30: Café; café molido; café preparado; café preparado en forma líquida; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; café, té, cacao y sucedáneos del café; café, té, cacao y sus sucedáneos; café tostado en granos; café y sucedáneos del café; cápsulas de café, llenas; cápsulas de café llenas; cápsulas monodosis de café; esencias de café; extracto de café; extractos de café; frutos de café procesados; granos de café tostados; mezclas de café; monodosis de café llenas; preparaciones a base de café para la confección de bebidas; preparaciones a base de café para la elaboración de bebidas; preparaciones y bebidas a base de café; café en grano sin tostar; bebidas a base de café, preparadas; bebidas a base de café; bebidas heladas con una base de café; bebidas compuestas principalmente de café; bebidas a base de café que contienen leche; bebidas de café, preparadas; bebidas de café; café con leche; bebidas a base de café que contienen helado; bebidas heladas a base de café.

Ref. Expediente N° SD2025/0052619

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	SOTOBOSQUE	ANNA MARÍA BUNDÓ MAS	14052150	9	30	Marca	Registrada	24/09/2034
Mixta	Soto Gourmet BOSQUE	SOTOBOSQUE GOURMET S.A.S	15217361	10	43	Marca	Registrada	30/11/2025*
Mixta	SOTOVOCCE	PRAGA A & S S.A.S.	SD2020/0088713	11	30, 35	Marca	Registrada	10/06/2031

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° SD2025/0052619

NOTA: De conformidad con lo establecido en el artículo 153 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, la marca antecedente 15217361 goza de un periodo de gracia de seis (6) meses. Por tal razón, resulta válido para esta Entidad utilizarlo como fundamento de negación en el caso bajo estudio.

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

A su vez 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, 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



Ref. Expediente N° SD2025/0052619

Esta Dirección observa que el elemento nominativo de cada signo es el preponderante dentro de sus respectivos conjuntos, toda vez que son las palabras las que generan un mayor impacto en la percepción del consumidor, al constituir el medio principal mediante el cual identificaría o solicitaría los productos amparados por dichas marcas.

SOTOJEBENA Vs. SOTOBOSQUE

Al analizar en conjunto las denominaciones “SOTOJEBENA” (signo solicitado) y “SOTOBOSQUE” (marca registrada), se advierte una similitud fonética y visual derivada de la coincidencia en el elemento inicial “SOTO”, el cual constituye el segmento distintivo y dominante dentro de ambos signos. Dicha coincidencia resulta relevante, toda vez que el consumidor tiende a prestar mayor atención al inicio de las palabras, por lo que este elemento compartido puede generar una impresión de conjunto semejante.

Si bien los vocablos divergen en sus terminaciones (“JEBENA” y “BOSQUE”), dichas diferencias no resultan suficientes para eliminar la semejanza que se produce en la estructura, ritmo y sonoridad de las denominaciones. Además, el término “SOTO” posee una carga conceptual asociada a lo natural o al entorno vegetal, lo que refuerza la posible vinculación ideológica entre ambos signos.

SOTOJEBENA Vs. SOTO GOURMET BOSQUE

En relación con la comparación entre las denominaciones “SOTOJEBENA” (signo solicitado) y “SOTO GOURMET BOSQUE” (marca registrada), se advierte una similitud fonética y conceptual, derivada de la coincidencia en el elemento “SOTO”, el cual constituye el componente nominativo inicial y distintivo dentro de ambos signos.

En este sentido, la presencia común del término “SOTO” en ambas denominaciones, aunado a su posición preponderante, puede generar en el consumidor una asociación directa o indirecta respecto del origen empresarial de los productos y servicios amparados, especialmente si estos pertenecen a clases relacionadas o comparten canales de comercialización y públicos objetivo.

En consecuencia, la coexistencia de las marcas en el mercado podría inducir a confusión o asociación en el consumidor, al considerar que los productos o servicios que identifican provienen del mismo titular o de empresas relacionadas entre sí.

SOTOJEBENA Vs. SOTOVOCCE

Asimismo, al analizar en conjunto las denominaciones “SOTOJEBENA” (signo solicitado) y “SOTOVOCCE” (marca registrada), se advierte la misma similitud fonética y visual, derivada de la coincidencia en el elemento inicial “SOTO”, que constituye el segmento distintivo y dominante dentro de ambos signos. Esta coincidencia resulta relevante, toda vez que el consumidor promedio tiende a centrar su atención en la parte inicial de las palabras, por lo que dicho elemento compartido produce una impresión de conjunto semejante.

Si bien las terminaciones “JEBENA” y “VOCCE” presentan diferencias gráficas y de pronunciación, dichas variaciones no son suficientes para neutralizar la semejanza general entre los signos, ya que ambos comparten una estructura silábica y rítmica similar, reforzada por la presencia del término “SOTO” al inicio.

En consecuencia, dicha coincidencia puede dar lugar a que el consumidor asocie los productos identificados con el signo solicitado con aquellos amparados por la marca registrada “SOTOVOCCE”, atribuyéndoles un mismo origen empresarial o comercial,

Ref. Expediente N° SD2025/0052619

máxime si se trata de productos que comparten canales de distribución o públicos objetivo.

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 preparado; café preparado en forma líquida; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; café, té, cacao y sucedáneos del café; café, té, cacao y sus sucedáneos; café tostado en granos; café y sucedáneos del café; cápsulas de café, llenas; cápsulas de café llenas; cápsulas monodosis de café; esencias de café; extracto de café; extractos de café; frutos de café procesados; granos de café tostados; mezclas de café; monodosis de café llenas; preparaciones a base de café para la confección de bebidas; preparaciones a base de café para la elaboración de bebidas; preparaciones y bebidas a base de café; café en grano sin tostar; bebidas a base de café, preparadas; bebidas a base de café; bebidas heladas con una base de café; bebidas compuestas principalmente de café; bebidas a base de café que contienen leche; bebidas de café, preparadas; bebidas de café; café con leche; bebidas a base de café que contienen helado; bebidas heladas a base de café.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Producto y servicios
14052150	Clase 30: <u>Café</u> .
15217361	Clase 43: Servicios de restauración.
SD2020/0088713	Clase 30: <u>Azúcar</u> de caña, granola, alimentos para picar a base de granola, barritas de cereales probióticos a base de granola, chocolate,

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° SD2025/0052619

miel, té, especias, canela, adhesivos comestibles para la decoración de productos de confitería, ajo en polvo, ajo molido [condimento], alimentos a base de avena, alimentos para picar a base de granola, alimentos para picar a base de trigo, alimentos para refrigerios a base de cereales sin gluten, almendras caramelizadas, arroz integral, avena molida, azúcar de canela, barritas a base de granola, bebidas a base de café, café con leche, café molido, cebolla en polvo, cereales para el desayuno, cereales procesados, chocolate, chocolate blanco, chocolate caliente, chocolate, confitería y galletas para regalo en cestas, especias, galletas, granos integrales cocidos, granos de maíz tostados, granos integrales congelados, granos preparados, harina de arroz, harina de cereales, productos para sazonar, té blanco, té de jazmín, té de jengibre, té de limón, té de manzanilla, té de menta del campo, té de romero, té instantáneo.

Clase 35: Compra, venta, comercialización y exportación de azúcar de caña, granola, alimentos para picar a base de granola, barritas de cereales probióticos a base de granola, chocolate, miel, té, especias, canela [especia],, aceite de canola, aceite de argán, aceite de argán para cocinar, aceite de maíz, aceite de semillas de té, almendras molidas, almendras procesadas, barritas de aperitivo a base de semillas y frutos secos, barritas de aperitivo a base de semillas, barritas de aperitivo a base de semillas y frutos secos orgánicos, barritas de aperitivos a base de insectos, cacahuets condimentados, cacahuets confitados, cacahuets en conserva, cacahuets en lata, chalotes en conserva, chalotes encurtidos, chalotes preparados, chalotes procesados, ciruelas procesadas, ciruelas pasas, ciruelas en conserva, coco deshidratado, coco procesado, coco preparado, frutas cocidas, fruta enlatada [conservas], frutas congeladas, frutas cortadas, frutas crudas en rodajas, frutas crudas preparadas, frutas en conserva, frutas encurtidas, frutas en jarabe de arce, frutas en lata o envasadas, frutas envasadas, frutas estofadas, frutas secas, frutas procesadas, frutas, verduras, hortalizas y legumbres cocidas, frutas, verduras, hortalizas y legumbres en lata, frutas, verduras, hortalizas y legumbres secas, frutas y hortalizas encurtidas, frutas y verduras congeladas, frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas, frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, secas y cocidas, frutos secos aromatizados, frutos secos con cáscara, frutos secos condimentados, frutos secos espolvoreados de azúcar, frutos secos pelados, frutos secos preparado para la alimentación humana, frutos secos preparados, frutos secos procesados, frutos secos sin cáscara, frutos secos tostados, leche de coco, maníes preparados, mermelada de arándanos, mermelada de cereza, mermelada de cereza negra, mermelada de ciruela, mermelada de frambuesa, mermelada de fresa, mermelada de melocotón, mermelada de mora, mermelada de piña, naranjas procesadas, papayas procesadas, papayas secas, vaporizadores para cocinar a base de vegetales, vejigas natatorias, verduras, hortalizas y legumbres cocidas, verduras, hortalizas y legumbres congeladas, verduras, hortalizas y legumbres conservadas en aceite, verduras, hortalizas y legumbres cortadas en lata, verduras, hortalizas, legumbres en conserva, verduras, hortalizas y legumbres encurtidas, verduras, hortalizas y legumbres enlatadas [conservas], verduras, hortalizas y legumbres en

Ref. Expediente N° SD2025/0052619

lata o envasadas, zanahorias en conserva, frijoles cocidos, frijoles en conserva, frijoles procesados, frijoles refritos, frijoles secos, aceite de coco.

Conexidad competitiva entre los productos del signo pretendido y los de las marcas registradas en la clase 30 - (Intercambiabilidad - identidad) Expedientes 14052150 y SD2020/0088713

Esta Dirección encuentra que existe una relación de conexidad competitiva, derivada de la intercambiabilidad que podría presentarse en el consumidor al encontrar ambos signos en el mercado, pues en este caso en particular, no hay duda de la relación existente entre los productos que se identifican o se pretenden identificar en la clase 30 de la nomenclatura internacional, esto por cuanto el signo solicitado como las marcas registradas incluyen dentro de su cobertura *café, azúcar, bebidas compuestas principalmente de café entre otros productos alimenticios*”, tratándose, en consecuencia, del mismo tipo de producto, es decir, existe identidad de productos.

En ese sentido, es claro que los productos de las marcas registradas podrían ser sustituidos por los productos de la marca solicitada dada su finalidad, identidad naturaleza y destino, lo cual refuerza la posibilidad de confusión directa o indirecta en el público consumidor respecto del origen empresarial de dichos productos.

De igual forma, existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de servicios 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 servicios para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

Finalmente, dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los servicios, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Conexión competitiva entre los servicios de las marcas registradas en las clases 35 y 43 y los productos del signo pretendido, en la clase 30 internacional (Razonabilidad) Expedientes SD2020/0088713 y 15217361

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe conexión competitiva entre los servicios amparados por las marcas registradas, que identifican actividades de compra, venta, comercialización y exportación de productos alimenticios y servicios de restauración, y los productos que pretende reivindicar la marca solicitada, particularmente: “café; café molido; café preparado; café preparado en forma líquida; café, té, cacao, sucedáneos del café; café tostado en granos; cápsulas de café llenas; cápsulas monodosis de café; esencias y extractos de café; frutos de café procesados; granos de café tostados; mezclas de café; preparaciones y bebidas a base de café; café en grano sin tostar; bebidas a base de café preparadas o heladas; bebidas compuestas principalmente de café; bebidas de café con leche; bebidas a base de café que contienen helado”, entre otros.

Dicha conexión se sustenta en que tanto los productos derivados del café como los servicios de restauración y comercialización de alimentos se desarrollan dentro de un mismo sector económico y comercial, compartiendo canales de distribución, estrategias de mercadeo y público consumidor. En la práctica del mercado, es común que un mismo empresario o grupo empresarial se dedique simultáneamente a la venta de café y sus derivados y a la prestación de servicios de cafetería o restauración, de modo que el

Resolución N° 3323

Ref. Expediente N° SD2025/0052619

consumidor podría considerar que ambos provienen de una misma fuente empresarial o económica, cuando la realidad es que se trata de empresarios diferentes.

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 SOTOJEBENA (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por SOTO CAFE SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a SOTO CAFE SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 16 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **30:** Café; café molido; café preparado; café preparado en forma líquida; café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; café, té, cacao y sucedáneos del café; café, té, cacao y sus sucedáneos; café tostado en granos; café y sucedáneos del café; cápsulas de café, llenas; cápsulas de café llenas; cápsulas monodosis de café; esencias de café; extracto de café; extractos de café; frutos de café procesados; granos de café tostados; mezclas de café; monodosis de café llenas; preparaciones a base de café para la confección de bebidas; preparaciones a base de café para la elaboración de bebidas; preparaciones y bebidas a base de café; café en grano sin tostar; bebidas a base de café, preparadas; bebidas a base de café; bebidas heladas con una base de café; bebidas compuestas principalmente de café; bebidas a base de café que contienen leche; bebidas de café, preparadas; bebidas de café; café con leche; bebidas a base de café que contienen helado; bebidas heladas a base de café.

