

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 16642

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

Por la cual se decide un recurso de apelación

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 18 numeral 10° del Decreto
4886 del 23 de Diciembre de 2011,

CONSIDERANDO

Que mediante Resolución N° 97303 de 24 de noviembre de 2025, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la marca CUCKOO CAFÉ (Mixta), solicitada por CUCKOO CAFE SAS, para distinguir los siguientes productos que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

30: Café, té, cacao y sus sucedáneos; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados.

Lo anterior, por considerar que se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Que mediante escrito presentado dentro del término y con el lleno de los requisitos legales, CUCKOO CAFE SAS, interpuso recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el considerando primero, con el objeto de que se revoque, con fundamento en los siguientes argumentos:

"2. IMPROCEDENCIA DE LA CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD APLICADA:

(...) 2.1. INEXISTENCIA DE SIMILITUDES ENTRE LAS MARCAS:

Como podemos observar en la marca solicitada CUCKOO CAFÉ (Mixta) existen diferentes elementos que la Autoridad desconoció y eliminó arbitrariamente del cotejo marcario, entre las cuales se encuentra la parte conceptual de las marcas y la parte figurativa, que corresponde a la figura de un ave y el tipo y disposición de las letra utilizadas en el conjunto marcario, de los cuales ni siquiera se hizo mención a profundidad en la comparación realizada.

En consecuencia, se demostrará a lo largo del presente documento, que no se puede crear ese riesgo de confusión y/o asociación de las marcas en pugna, pues cuando las analizamos realmente en sus conjuntos y se tiene en cuenta los elementos adicionales, es evidente que estos le otorgan el grado de distintividad extrínseca necesario, generando la diferenciación suficiente de la marca solicitada con la marca antecedente.

2.2. AUSENCIA DE SIMILITUDES CONCEPTUALES, GRÁFICAS Y ORTOGRÁFICAS: (...)

- AUSENCIA DE SIMILITUDES CONCEPTUALES:

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

- Marca solicitada: CUCKOO CAFÉ

De la marca solicitada podemos evidenciar que está conformada por 2 expresiones CUCKOO y CAFÉ.

En esta oportunidad, nos concentraremos en la expresión CUCKOO, toda vez que, CAFÉ es una expresión genérica para productos de la clase 30. En este orden de ideas, encontramos que CUCKOO es una palabra del idioma Inglés, la cual hace relación directa a un ave, incluso, al buscar en Google imágenes esta expresión, únicamente encontramos imágenes de aves (...)

- Marca antecedente: CUCO TRADICIÓN DE CORAZÓN

En el caso de la marca antecedente, encontramos que está conformada por cuatro palabras y en relación con CUCO, evidenciamos que para sus titulares y consumidores, CUCO hace referencia a una persona.

Según el Instagram oficial @cuco.pan de la marca antecedente, en su única publicación destacada, en un video, su titular ha declarado que su marca se llama CUCO en honor a un miembro de la familia, específicamente en honor a su abuelo, el señor Francisco Antonio Rizo, oriundo de Abrego (Norte de Santander), quien era conocido en el municipio como CUCO. (...)

- AUSENCIA DE SIMILITUDES VISUALES:



Aunado a lo anterior, la ausencia de similitud grafica también es relevante, toda vez que, es en su forma mixta, es decir, en sus conjuntos marcarios en la forma en que los consumidores observan las marcas en el mercado. (...)

- AUSENCIA DE SIMILITUDES ORTOGRAFICAS:

En relación con la similitud ortográfica, la normativa aplicable establece que esta debe evaluarse atendiendo a la configuración gráfica de los signos, considerando aspectos como la secuencia de vocales, la longitud de las palabras, el número de sílabas, así

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

como la existencia de raíces o terminaciones comunes que puedan inducir al consumidor a un error o confusión.

Bajo este criterio, al comparar las expresiones CUCKOO y CUCO, se evidencia de manera clara que no existe una coincidencia ortográfica relevante. En primer lugar, la secuencia de letras es distinta: mientras que CUCKOO se compone de seis caracteres y presenta una estructura consonante-vocal más compleja, con repetición de la vocal “O”, la expresión CUCO está integrada únicamente por cuatro letras, con una construcción gráfica simple y lineal.

En segundo término, la longitud de los signos difiere de forma significativa. CUCKOO es un vocablo sensiblemente más extenso que CUCO, lo cual genera una percepción visual distinta al momento de su lectura. Esta diferencia de extensión refuerza la imposibilidad de que el consumidor perciba ambos signos como gráficamente similares o relacionados.

Asimismo, la estructura silábica de los signos tampoco coincide. CUCKOO presenta una composición silábica distinta, propia de un término en idioma inglés, mientras que CUCO corresponde a una palabra breve del idioma español, con una fonética y una construcción ortográfica claramente diferenciadas. Esta disparidad incide directamente en la forma en que los signos son leídos y procesados por el consumidor. (...)

- AUSENCIA DE SIMILITUDES FONÉTICAS:

Desde la perspectiva fonética, los signos CUCKOO y CUCO TRADICIÓN DE CORAZÓN no presentan semejanza susceptible de generar confusión. CUCKOO se pronuncia conforme a las reglas del idioma inglés, con una sonoridad particular y una acentuación distinta, mientras que CUCO TRADICIÓN DE CORAZÓN se articula claramente en español, con una pronunciación más extensa y ritmo diferente.

- CUCKOO → /KÚ-ku/ o /KÚ-kuu/
- CUCO → /KÚ-ko/ TADICION DE CORAZÓN (...)

Que para resolver el recurso de apelación interpuesto, según el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, es preciso resolver “todas las peticiones que hayan sido oportunamente planteadas y las que surjan con motivo del recurso”.

1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: CONFUNDIBILIDAD

1.1. 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”.

1.2. La norma

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea concedido se requiere que ésta no esté incurso en los siguientes supuestos de hecho que darían lugar a su negación:

- i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero, de modo que no sea posible su diferenciación.
- ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada.

De igual forma, la norma exige que dicha identidad o semejanza entre los signos, así como la relación entre los productos y/o servicios identificados por ellos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los consumidores.

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

1.2.1. Identidad o semejanza de los signos

La semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos: conceptual, ortográfico, fonético y visual.

Existirá semejanza conceptual cuando los dos signos evoquen una idea idéntica o semejante¹.

La similitud ortográfica se presenta por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión².

Por su parte la visual puede ser entendida como ortográfica, pero es principalmente referida a los signos figurativos o esencialmente visibles.

La semejanza fonética se presenta por coincidencia en las raíces o terminaciones, y cuando la sílaba tónica en las denominaciones comparadas es idéntica o muy difícil de distinguir. Sin embargo, se debe tener en cuenta las particularidades de cada caso, para determinar una posible confusión³.

1.2.2. Criterios de conexidad de los productos o servicios

El juez consultante deberá analizar, en relación con los productos, la conexidad competitiva interna existente entre estos y el riesgo de confusión que, por la naturaleza o uso de los productos identificados por las marcas, pueda desprenderse. A tal efecto, el Tribunal⁴ ha recogido los siguientes criterios sustanciales para definir el tema para la conexión competitiva:

¹ TJCA, Proceso N° 133-IP-2009.

² Ibídem.

³ Ibídem.

⁴ TJCA, Proceso No. 100-IP. 2018

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos o 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 relativa facilidad.

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.

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.

Los criterios de sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad y razonabilidad acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios.

1.2.3. El riesgo de confusión o de asociación

El riesgo de confusión es la posibilidad de que el consumidor adquiera un producto o servicio pensando que está adquiriendo otro (confusión directa), o que adquiera un producto o servicio pensando que éste tiene un origen empresarial distinto al que realmente vincula (confusión indirecta).

Por su parte, el riesgo de asociación se presenta cuando a pesar de no existir confusión se vincula económica o jurídicamente a uno y otro oferente de los productos o servicios identificados por las marcas respectivas⁵.

1.2.4. Reglas de cotejo marcario

Para determinar la identidad o el grado de semejanza entre los signos, la Jurisprudencia ha establecido reglas de comparación generales aplicables a todo tipo de signos, y otros específicos para el tipo o naturaleza de los signos en confrontación.

⁵ TJCA, Proceso N° 164-IP-2007.

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

En este orden de ideas, los criterios generales son:

“(…)

- 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 (...)”⁶.

Así, para determinar la identidad o el grado de semejanza entre los signos, siguiendo las reglas antes mencionadas, deben tenerse en cuenta los aspectos de orden visual, fonético y conceptual⁷ mencionados, teniendo en cuenta la naturaleza de los signos a confrontar.

2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DE LOS SIGNOS A CONFRONTAR

2.1. Naturaleza y descripción del signo solicitado



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta, conformado en su elemento nominativo por la frase “CUCKOO CAFÉ”. Si bien la palabra “CUCKOO” es tiene su origen en el idioma anglosajón, el consumidor medio la asociaría con su traducción al castellano: Cuco⁸. En su elemento gráfico se encuentra en la parte superior el dibujo de un ave de color blanco con puntos negros en su cola, mientras que la palabra “CUCKOO” se encuentra debajo del dibujo, y a su vez debajo de esta la palabra “CAFÉ”, ambas en un tipo de letra especial de color negro. Siendo por consiguiente el símbolo de naturaleza arbitraria.

⁶ TJCA, Proceso N° 74-IP-2010.

⁷ TJCA, Proceso N° 113-IP-2007.

⁸ Diccionario Inglés-Español. Wordreference.com. Cuckoo n. Consultado el 27 de febrero de 2026 de: <https://www.wordreference.com/enes/cuckoo>

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

2.2. 2.2. Naturaleza y descripción de la marca previamente registrada⁹



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta, componiendo su elemento nominativo por la frase “CUCO TRADICIÓN DE CORAZÓN”. En su elemento gráfico se observa en un mayor tamaño la palabra “CUCO” en un tipo particular de letra de color café, seguida de una figura de un árbol del mismo color, y en la parte inferior la frase “TRADICIÓN DE CORAZÓN” en un menor tamaño y estilo de letra diferente. Siendo por consiguiente el signo previamente registrado de naturaleza arbitraria.

3. CASO CONCRETO

3.1. Término de uso común – “CAFÉ”

En ciertos sectores de la economía, los empresarios optan por la inclusión de partículas o vocablos de uso común, para configurar las marcas que identifican los servicios y/o productos que ofrecen en el mercado. No obstante, a pesar de su habitual utilidad, se debe tener en cuenta que las mismas no cumplen un papel decisivo dentro de los conjuntos marcarios, de hecho, estos son excluidos por la autoridad competente a la hora de realizar el cotejo marcario entre dos o más signos, donde el objetivo redundaría en que se otorguen derechos que no afecten o vulneren los previamente adquiridos por otros agentes en el mismo o conexo sector.

En este sentido, el Tribunal andino ha indicado que:

“Al realizar el examen comparativo de marcas que se encuentran conformadas por palabras o partículas de uso común, éstas no deben ser consideradas a efecto de determinar si existe confusión, siendo ésta una circunstancia de excepción a la regla de que el cotejo de las marcas debe realizarse atendiendo a una simple visión de conjunto de los signos que se enfrentan, donde el todo prevalece sobre sus componentes. El derecho de uso exclusivo del que goza el titular de la marca, descarta que palabras o partículas necesarias o usuales pertenecientes al dominio público puedan ser utilizadas únicamente por un titular marcario, ya que al ser esos vocablos usuales, no se puede impedir que el público en general los siga utilizando¹⁰.

Por supuesto, la Administración no puede de manera alguna pasar por alto esta circunstancia, pues ello determina que el beneplácito otorgado no cause un perjuicio a

⁹

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	DURÁN	Duran Gamboa German	SD2022/0036501	11	30, 33, 40	Marca	Registrada	25 sep. 2033

¹⁰ Acción de Nulidad y restablecimiento del derecho, Demandante: CONDUCTORES ELECTRICOS CONDUBLEX S.A. Demandado: Superintendencia de Industria y Comercio, expediente No. 11001-03-24-000-2005-00174-01; Sentencia 2 de septiembre de 2010.

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

los titulares de registros previamente otorgados, ni se privilegie de manera injustificada a los solicitantes que incurran exclusivamente en esta eventualidad.

Es así como debe este Despacho manifestar que el término “CAFÉ” es inapropiable en la Clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza, debido a que en esta clase comprende los productos relacionados con café y sucedáneos del café. Por lo anterior, “CAFÉ” no pueden ser objeto de exclusividad por parte de un solo titular.

En ese sentido, resulta comprensible que diferentes empresarios hagan uso de referenciada expresión siempre que se acompañe de elementos nominativos y/o gráficos que le permitan generar distintividad entre los consumidores medios, por lo tanto, sus titulares deben soportar el registro de signos que contengan la referenciada palabra.

3.2. Análisis en conjunto de los signos confrontados

Es importante observar que el público percibe los elementos denominativos de un modo diferente a los otros tipos de elementos; los elementos denominativos se pueden leer o se pueden asociar con una secuencia de letras. En ese sentido y con el fin de realizar el correcto análisis de los signos bajo estudio, este Despacho expresa que en relación con el empleo de términos de uso común, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado en varias ocasiones lo siguiente:

“En el caso de denominaciones conformadas por palabras de uso común, la distintividad se busca en el elemento diferente que integra el signo, ya que dichas palabras son marcadamente débiles.”

El derecho de uso exclusivo del que goza el titular de la marca descarta que palabras necesarias o usuales pertenecientes al dominio público puedan ser utilizadas únicamente por un titular marcario, ya que al ser esos vocablos usuales, no se puede impedir que el público en general los siga utilizando¹¹ (Negrilla y subrayado fuera del texto).

Así, es menester señalar que cuando se estudia la registrabilidad de un signo se deben descartar del análisis de registrabilidad las expresiones de uso común que por su naturaleza no son susceptibles de monopolización por parte de un solo empresario o titular de marca. Por lo tanto, esta Delegatura observa que si bien el signo solicitado a registro se compone por de la expresión CUCKOO CAFÉ, la palabra “CAFÉ” es inoponible a terceros según lo expuesto anteriormente.

Ahora bien, el Despacho manifiesta que respecto a los signos escritos en idioma diferente al castellano, el Tribunal Andino de Justicia ha manifestado en diferentes ocasiones lo siguiente:

El Tribunal se ha pronunciado al respecto en los términos siguientes: “... no pueden ser registradas expresiones que a pesar de pertenecer a un idioma extranjero, son de uso común en los Países de la Comunidad Andina, o son comprensibles para el consumidor medio de esta Subregión debido a su raíz común, a su similitud fonética o al hecho de haber sido adoptadas por un órgano oficial de la lengua en cualquiera de los Países Miembros ...” (Criterio vertido en la sentencia

¹¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso No 61-IP-2012.

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

dictada en el expediente N° 69-IP-2001, publicada en la G.O.A.C. N° 759, del 6 de febrero de 2002, caso “OLYMPUS”, y presente en las sentencias dictadas en los expedientes N° 16-IP-98, 03-IP-95, 04-IP-97, 03-IP-2002 y 15-IP-2002¹²”.

Entonces, analizando los signos sin la expresión de uso común “CAFÉ” tal y como debe realizarse su examen, y teniendo de presente que la expresión CUCKOO es una mera traducción al idioma anglosajón de la palabra CUCO del castellano. Este Despacho encuentra que, de conformidad con lo manifestado por la Dirección de Signos Distintivos, el signo solicitado en el presente trámite administrativo CUCKOO, frente a la marca registrada CUCO TRADICIÓN DE CORAZÓN, es susceptible de generar riesgo de confusión por cuanto una reproducción parcial de la marca previamente registrada, toda vez que se presenta una similitud ortográfica, fonética y conceptual.

En efecto, se encuentra que la marca solicitada CUCKOO reproduce parcialmente de la marca previamente registrada CUCO TRADICIÓN DE CORAZÓN, pero especialmente en su elemento más predominante CUCO. Las diferencias entre estas radican en la variación de las letras “K” y “O” adicionales en el signo solicitado, cambio que no es significativo en cuanto a que su ortografía y fonética sigue siendo similar CUC-KOO/CUCO, compartiendo las demás vocales y consonantes, generando una notable similitud fonética de los signos enfrentados.

Entre tanto, para la presente instancia es claro que el signo solicitado reproduce en su totalidad el elemento nominativo prevalente de la marca mixta inicialmente registrada, situación que repercute en lo conceptual, pues ante la identidad de fonemas vocálicos y consonánticos en la misma disposición, se estaría replicando no solo la expresión en su configuración sino el contexto ideológico que el consumidor medio asociaría con el significado común de la palabra que es relacionarlo con un ave¹³.

Por otra parte, es necesario recordar que el consumidor mencionado, habitualmente, no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto en su memoria de los signos en cuestión y que, además el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos. Por todo ello, y los factores previamente mencionados, lo probable es que el público cuando se encuentre ante las marcas enfrentadas se confunda y las asocie.

De acuerdo con lo expuesto, es evidente el riesgo de confusión que podrían generar en el consumidor en caso de permitir su coexistencia, tanto frente a los productos que identifican, confusión directa, como respecto a su origen empresarial, confusión indirecta.

3.3. Análisis de conexidad competitiva

Encontrando que existen similitudes entre los signos confrontados, esta Delegatura, atendiendo a los argumentos esbozados por el recurrente en su escrito de apelación, procederá a realizar el respectivo análisis de conexidad competitiva de los productos que cada uno de ellos identifica.

¹² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 47-IP-2006.

¹³ Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. Cuco 4. m. cuclillo (ll ave). Consultado el 27 de febrero de 2026 de: <https://dle.rae.es/cuco>

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

Conforme a lo anterior, el signo solicitado en registro pretende identificar los siguientes productos de la Clasificación Internacional de Niza:

30: Café, té, cacao y sus sucedáneos; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2023/0009968:

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.

Podemos ver que el signo solicitado pretende identificar productos que pueden llegar a ser sustitutos y fácilmente confundibles respecto de su origen empresarial a los productos que se encuentran dentro de la cobertura de los signos previamente registrados, tal es el caso de los productos relacionados con café, té, cacao, harinas, preparaciones a base de cereales, panadería y helado, destinados a la alimentación diaria de los consumidores. Así, teniendo en cuenta los productos que se identifican con la marca previamente registrada, se genera la posibilidad de intercambio los cuales tienen la misma finalidad, naturaleza y público objetivo.

En consecuencia, el consumidor podría razonablemente concluir erróneamente que ambas provienen del mismo origen empresarial o que existe un vínculo económico entre las compañías, generando un eventual riesgo de confusión, por lo tanto, al encontrarse un signo susceptible de generar 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.

En conclusión, 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.

4.CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente confirmar la Resolución N° 97303 de 24 de noviembre de 2025.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Confirmar la decisión contenida en la Resolución 97303 de 24 de noviembre de 2025, proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

Ref. Expediente N° SD2025/0029806

ARTÍCULO 2: Notificar a CUCKOO CAFE SAS, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., el 9 de marzo de 2026

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,



PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL