

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23050

Ref. Expediente N° SD2025/0090242

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 septiembre de 2025, ARLES GUTIERREZ URIBE, solicitó el registro de la Marca COFFEE CC CELESTE BILBAO (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en la clase 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1092, 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

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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0090242

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
Nominativa	CELESTE	Conagra Foods RDM, LLC	9212333929	7	29	Marca	Registrada	11 de diciembre de 2032
Nominativa	CELESTE	Conagra Foods RDM, LLC	92123339A	7	30	Marca	Registrada	11 de diciembre de 2032
Mixta	C VILLA CELESTE	VILLA CELESTE S.A.S.	SD2018/0084770	11	41, 43	Marca	Registrada	29 de septiembre de 2030
Nominativa	CELESTE	SELECCIÓN DE TORRES, S.L.	SD2021/0001026	8	33	Marca	Registrada	26 de octubre de 2034
Mixta	Tardes Celeste	María Alejandra Ortega Correa	SD2022/0144362	11	43	Marca	Registrada	27 de marzo de 2034

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° SD2025/0090242

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	 VILLA CELESTE TardesCeleste CELESTE (Nominativa), CELESTE, (Nominativa) CELESTE (Nominativa)

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado 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 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 advierte que el signo solicitado **COFFEE CC CELESTE BILBAO** frente a las marcas registradas **C VILLA CELESTE / TARDES CELESTE / CELESTE (Nominativa), CELESTE, (Nominativa) CELESTE (Nominativa)** presenta predominancia en el elemento denominativo en cuanto son las palabras aquellas por las cuales un consumidor identifica y solicita una determinada serie de bienes o servicios asociados a una marca, en efecto, configurando una reproducción parcial de los conjuntos marcarios, así:

El signo solicitado **COFFEE CC CELESTE BILBAO** frente a la marca **C VILLA CELESTE** reproduce el elemento central “**C CELESTE**” ubicada en posición central y con reproducción idéntica que genera una impresión cercana para el consumidor, sin que la supresión de las palabras “**VILLA**” y una “**C**”, ni la adición de los elementos adicionales “**COFFEE**” considerado de carácter descriptivo del producto o local que ofrece los productos, como del término **BILBAO** ubicado en posición secundaria e inclusive con correspondencia a un



Ref. Expediente N° SD2025/0090242

referente geográfico con función meramente accesorio dentro del conjunto marcario, sean suficiente para diluir el riesgo de confundibilidad.

Frente al cotejo marcario entre COFFEE CC CELESTE BILBAO y TARDES CELESTE se advierte que la expresión “CELESTE” de las marcas registradas ubicada en posición central y con reproducción idéntica, se evidencia que ambos comparten de manera coincidente la expresión “CELESTE”, la cual se reproduce de forma idéntica y adquiere relevancia dentro de la configuración global de los signos.

En efecto, desde la perspectiva de la impresión de conjunto, dicho término “CELESTE” presenta un elemento dominante, en la medida en que no se encuentra acompañado por otros elementos que diluyan el riesgo de confundibilidad. Por el contrario, los vocablos adicionales que integran el signo solicitado “COFFEE”, “CC” y “BILBAO” cumplen una función accesorio: el primero, por su carácter descriptivo respecto de los productos o servicios ofrecidos; el segundo, por su limitada aptitud distintiva; y el tercero, por su connotación geográfica, lo que reduce su incidencia en la diferenciación efectiva del conjunto marcario.

Por otro lado, el signo solicitado COFFEE CC CELESTE BILBAO frente a las marcas nominativas registradas CELESTE / CELESTE / CELESTE por su carácter central e identificador reproduce la expresión “CELESTE” de las marcas registradas, donde esta identidad no se ve neutralizada por la incorporación de los elementos adicionales “COFFEE”, “CC” y “BILBAO”, toda vez que, por su carácter descriptivo, débil o geográfico, no tienen la capacidad de introducir una diferenciación clara dentro del conjunto marcario.

En consecuencia, la reproducción íntegra del término “CELESTE”, unida a la insuficiencia de los elementos añadidos para desvirtuar dicha coincidencia, mantiene un riesgo de confundibilidad en el mercado, en tanto el consumidor podría asociar los signos a un mismo origen empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos de carácter gráfico suficientes para desvirtuar la coincidencia confundible y asociativa en el elemento nominal, para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

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.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0090242

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.

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

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 9212333929 clase 29: Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

Expediente 92123339A clase 30: Café, te, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Expediente SD2018/0084770 clase 41: Alquiler de decorados para espectáculos; alquiler de decorados de teatro; alquiler de equipos, aparatos y decorados para escenarios de teatro o estudios de televisión; alquiler de equipos de audio; alquiler de equipos de audio y vídeo; alquiler de tapices textiles y colgaduras murales ornamentales para utilizar como telones en teatros y salas de espectáculos; organización de acontecimientos culturales y deportivos; organización de actividades deportivas y culturales; organización de bailes; organización de bailes y fiestas en discotecas; organización de juegos y concursos; organización, presentación y producción de espectáculos y actuaciones en directo; organización, producción, presentación y gestión de conciertos de música, festivales, giras y otras actuaciones, eventos y actividades musicales y culturales; organización, producción y presentación de actos con fines educativos, culturales y recreativos; organización de proyecciones cinematográficas; organización de representaciones musicales en directo; organización de seminarios; organización y presentación de actuaciones en directo; organización y presentación de espectáculos, concursos, juegos, conciertos y eventos recreativos; organización y realización de actividades culturales y recreativas; organización y realización de bailes; organización y realización de competiciones deportivas; organización y realización de conferencias comerciales; organización y realización de conferencias pedagógicas; publicación de revistas en formato electrónico; publicación de textos musicales; publicación de volantes; representación de espectáculos de variedades; representación de espectáculos en vivo; reserva de entradas para eventos recreativos, deportivos y culturales; servicios de compositores y autores de música; servicios de creación de animaciones; servicios de disc-jockey; servicios de disc-jockey para fiestas y eventos especiales; servicios de entretenimiento musical; servicios de entretenimiento teatrales; servicios de entretenimiento televisivo por protocolo de internet; servicios de información sobre entretenimiento prestados por televisión, redes de banda ancha, redes inalámbricas y en línea; servicios de información sobre esparcimiento y eventos recreativos prestados mediante redes en línea e internet; servicios de información y consultoría en materia de

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° SD2025/0090242

preparación, celebración y organización de coloquios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de conciertos; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de conferencias; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de congresos; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de seminarios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de simposios; servicios recreativos de clubes nocturnos; servicios recreativos prestados por clubes; suministro de información sobre esparcimiento por internet.

Clase 43: Alquiler de construcciones transportables metálicas y no metálicas; alquiler de equipos de iluminación*; puesta a disposición de centros de exposiciones y conferencias; puesta a disposición de centros para organizar ferias y exposiciones; servicios de catering; servicios de recepción para alojamiento temporal [gestión de llegadas y salidas]; suministro de comidas y bebidas para huéspedes; suministro de comidas y bebidas en el marco de servicios de recepción.

Expediente SD2021/0001026 clase 33: Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas).

Expediente SD2022/0144362 clase 43: Servicios de restauración (alimentación); Servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares, Servicios de café. Servicios de comida para llevar. Delicatesen [restaurantes]. Salón de té. Servicios de catering, Organización de caterings para fiestas y eventos.

Conexidad competitiva entre productos de la misma clase 30 internacional Niza

Se advierte por este Despacho que el signo solicitado pretende distinguir en la 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”, mientras que el registro 92123339A ampara en la clase 30: “Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo”. En coincidencia, se trata de los mismos productos ubicado en el mismo nomenclátor internacional, enunciados de manera equivalente, que concurren con una conexidad competitiva directa en el mercado, dirigidos al mismo consumidor, guardando una misma naturaleza y finalidad, al existir superposición total en la oferta.

Conexidad competitiva entre servicios de la misma clase 43 internacional Niza

Del cotejo entre los servicios enfrentados se advierte que el signo solicitado distingue en la clase 43: “Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal”, mientras que el registro SD2022/0144362 ampara: “Servicios de restauración (alimentación); Servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares, Servicios de café. Servicios de comida para llevar. Delicatesen [restaurantes]. Salón de té. Servicios de catering, Organización de caterings para fiestas y eventos”, y el registro SD2018/0084770 comprende en la clase 43, entre otros: “servicios de catering; suministro de comidas y bebidas para huéspedes; suministro de comidas y bebidas en el marco de servicios de recepción”.

En efecto, se advierte una coincidencia expresa en “Servicios de restauración (alimentación)”, así como una correspondencia directa con los demás servicios amparados

Ref. Expediente N° SD2025/0090242

por los registros citados, los cuales se inscriben dentro de la misma actividad de provisión de alimentos y bebidas al consumidor.

Bajo esta perspectiva, no se trata de servicios meramente afines, sino de prestaciones equivalentes que concurren en el mismo ámbito de mercado, dirigidas al mismo público y orientadas a satisfacer una misma necesidad de consumo inmediato. En consecuencia, se configura una conexión competitiva por identidad, en la medida en que existe coincidencia directa en la naturaleza, objeto y forma de prestación de los servicios confrontados.

Conexidad competitiva entre servicios de la misma clase 43 y productos de la clase 33 internacional Niza

Se advierte por esta instancia que el signo objeto de estudio distingue en la clase 43: “Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal”, mientras que el registro SD2021/0001026 ampara en la clase 33: “Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas)”. De conformidad, con el criterio de conexidad competitiva de razonabilidad, si bien se trata de bienes y servicios distintos, las bebidas alcohólicas se encuentran estrechamente vinculadas a los servicios de restauración, en la medida en que son ofrecidas y expendidas de manera habitual en restaurantes, bares y establecimientos de alimentación, siendo asociables a un mismo origen empresarial en cuanto un consumidor atribuiría que quien ofrece servicios de restauración ofrezca sus bebidas bajo coincidentes productos.

Adicionalmente los servicios de restauración o restaurantes comprenden uno de los canales principales de comercialización de bebidas alcohólicas, siendo convergente producto y servicios en una misma oferta comercial, generando atribución a un mismo origen empresarial por el consumidor.

Conexidad competitiva entre productos de la clase 30 y productos de la clase 29 internacional Niza

Observa esta Dirección que el signo solicitado pretende distinguir en la 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”, mientras que el registro 9212333929 ampara en la clase 29: “Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles”.

En efecto, bajo el criterio de razonabilidad ambos conjuntos se insertan en el sector alimenticio y concurren en la misma finalidad de consumo, donde en la práctica del mercado, es razonable para el consumidor que un mismo empresario comercialice bajo una misma marca una amplia gama de productos alimenticios o que encargado de una serie de elementos como carnes, frutas, legumbres, jaleas, mermeladas, compotas, huevos, productos lácteos, aceites y grasas de consumo humano decida incursionar en productos afines como pan, productos de pastelería, helados, confitería o preparaciones alimenticias que integran estos alimentos.

Adicionalmente los productos enfrentados y descritos anteriormente convergen en canales de comercialización como supermercados, tiendas de alimentos, ferias gastronómicas, por lo que un consumidor se enfrentaría a falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Ref. Expediente N° SD2025/0090242

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 COFFEE CC CELESTE BILBAO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por ARLES GUTIERREZ URIBE, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca COFFEE CC CELESTE BILBAO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por ARLES GUTIERREZ URIBE, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a ARLES GUTIERREZ URIBE, 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

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.

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