

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 32711

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

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 18 de septiembre de 2025, la sociedad BRAINS COFFEE S.A.S., solicitó el registro de la Marca BRAINS COFFEE ROASTERS (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

¹ **30:** Café y presentaciones tradicionales: café en grano (tostado, molido, descafeinado, exprés, expreso, helado, instantáneo, soluble, preparado, congelado, aromatizado, con leche, sin cafeína, en polvo en bolsas o bolsitas de filtro, en vasos desechables, preparado en forma líquida); cápsulas y monodosis: cápsulas y monodosis llenas de café, de café de cebada o de ginseng; bolsas y bolsitas de filtro (incluidas biodegradables y para cafeteras de goteo); variantes enriquecidas: café enriquecido con proteínas (incluyendo colágeno, suero y polvo de grillo); sucedáneos y mezclas: sucedáneos del café (achicoria, malta, vegetales, preparaciones de achicoria, mezclas de café y achicoria, mezclas de esencias y extractos de café); sucedáneos de cacao y del café; derivados y productos especiales: infusión y té de cerezas o cáscaras de café (qishr, té de cáscara); preparaciones vegetales para bebidas de café; bebidas heladas a base de café; bebidas de café con leche o helado (incluido affogato); barritas de aperitivo probióticas a base de café; confitería y complementos: granos de café recubiertos de chocolate o azúcar; corteza de chocolate con granos de café molidos; bebidas y preparaciones: bebidas de café y bebidas compuestas principalmente de café; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; preparaciones a base de café para la confección o elaboración de bebidas; mezclas de esencias y extractos del café; paquetes de café instantáneo de una sola ración.

43: Servicios de cafetería y expendio: cafés; servicios de cafés; cafeterías; cafés-restaurantes; bares de café y té; bares de zumos; cafés y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de restauración: restaurantes y cafés; cafés y restaurantes; hoteles, restaurantes y cafés; cafés-restaurantes y cafeterías; hoteles, restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios especializados de bebidas: suministro de café (incluido catering de café y bebidas); servicio de té, café, cacao, gaseosas o bebidas de jugo o zumo de frutas; servicios de restauración [alimentación].

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

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

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información

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.

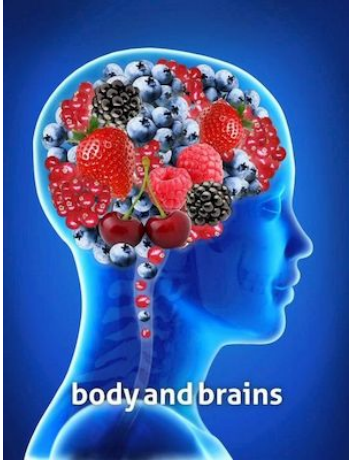
c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo,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

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	body and brains	Concepts4Future Limited	SD2017/0044527	10	29, 30, 31, 35, 43	Marca	Registrada	22/04/2026 Periodo de gracia

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados resultan confundibles, en la medida en que el elemento nominativo constituye el componente de mayor relevancia dentro de los signos bajo estudio. En efecto, al apreciarlos en conjunto y de manera sucesiva, se observa que el signo solicitado BRAINS COFFEE ROASTERS y la marca registrada BODY AND BRAINS presentan semejanzas ortográficas y fonéticas relevantes, dado que el signo solicitado reproduce íntegramente la partícula distintiva **BRAINS**, del signo antecedente, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para neutralizar el riesgo de confusión.

En efecto, el término **BRAINS** se erige como el elemento dominante y de mayor fuerza distintiva en ambos signos, siendo el componente que el consumidor medio retendrá en su memoria. Desde el punto de vista ortográfico y fonético, la coincidencia plena de dicha partícula genera una impresión global altamente similar, máxime cuando los vocablos adicionales “COFFEE ROASTERS” y “BODY AND” cumplen una función meramente

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

explicativa o accesoria, aludiendo respectivamente a la actividad comercial o complementando la expresión sin desvirtuar el núcleo distintivo compartido.

Desde la perspectiva conceptual, ambos signos convergen en el término inglés “**BRAINS**”, cuyo significado (“cerebro”, “inteligencia” o “capacidad mental”) posee una carga semántica clara y fácilmente aprehensible por el consumidor medio, especialmente en contextos comerciales donde el uso de anglicismos es frecuente. Esta coincidencia no es neutra: introduce una misma idea fuerza asociada a ingenio, conocimiento o sofisticación, que se proyecta como eje conceptual de los signos enfrentados.

En consecuencia, la coexistencia de los signos en el mercado generaría un riesgo cierto de confusión directa e indirecta, así como de asociación, en la medida en que el público relevante podría creer que se trata de una misma marca o de líneas de producto y servicio pertenecientes a una misma empresa o a empresas vinculadas, lo cual resulta contrario a la función esencial de la marca como indicador de 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 y presentaciones tradicionales: café en grano (tostado, molido, descafeinado, exprés, expreso, helado, instantáneo, soluble, preparado, congelado, aromatizado, con leche, sin cafeína, en polvo en bolsas o bolsitas de filtro, en vasos desechables, preparado en forma líquida); cápsulas y monodosis: cápsulas y monodosis llenas de café, de café de cebada o de ginseng; bolsas y bolsitas de filtro (incluidas biodegradables y para cafeteras de goteo); variantes enriquecidas: café enriquecido con proteínas (incluyendo colágeno, suero y polvo de grillo); sucedáneos y mezclas: sucedáneos del café (achicoria, malta, vegetales, preparaciones de achicoria, mezclas de café y achicoria, mezclas de esencias y extractos de café); sucedáneos de cacao y del café; derivados y productos especiales: infusión y té de cerezas o cáscaras de café (qishr, té de cáscara); preparaciones vegetales para bebidas de café; bebidas heladas a base de café; bebidas de café con leche o helado (incluido affogato); barritas de aperitivo probióticas a base de café; confitería y complementos: granos de café recubiertos de chocolate o azúcar; corteza de chocolate con granos de café molidos; bebidas y preparaciones: bebidas de café y bebidas compuestas principalmente de café; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; preparaciones a base de café para la confección o elaboración de bebidas; mezclas de esencias y extractos del café; paquetes de café instantáneo de una sola ración.

Clase 43: Servicios de cafetería y expendio: cafés; servicios de cafés; cafeterías; cafés-restaurantes; bares de café y té; bares de zumos; cafés y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de restauración: restaurantes y cafés; cafés y restaurantes; hoteles, restaurantes y cafés; cafés-restaurantes y cafeterías; hoteles, restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios especializados de bebidas: suministro de café

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

(incluido catering de café y bebidas); servicio de té, café, cacao, gaseosas o bebidas de jugo o zumo de frutas; servicios de restauración [alimentación].

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2017/0044527

Clase 30: Granos procesados, almidones y productos de estas materias, preparaciones para hornear y levaduras; productos horneados, productos de confitería, chocolate y postres; hielo, helados cremosos, yogur helado y sorbetes; alimentos salados preparados compuestos de harina de patata; buñuelos de piña; productos de pastelería a base de verduras, hortalizas y legumbres y carne de ave; buñuelos de plátano; empanadillas de carne; productos de pastelería a base de hortalizas y pescado; productos de pastelería a base de hortalizas y carne; pastelería de hojaldre con jamón; baozi [bollos rellenos]; sándwiches; panecillos rellenos; sándwiches con pescado; sándwiches que contienen carne; comidas preparadas a base de pastas; comidas preparadas a base de arroz; pizzas congeladas; granos de maíz procesados para hacer palomitas de maíz; bases para pizzas; jaleas de trigo sarraceno (memilmuk); sándwiches tostados; sándwiches tostados de queso con jamón; sándwiches de queso tostados; panecillos al vapor rellenos de carne picada (niku-manjuh); perritos calientes; bollos de mermelada de fréjoles; galletas saladas con sabor a queso; galletas saladas aromatizadas con hierbas; comidas preparadas que contienen principalmente pasta; platos a base de pastas alimenticias; pastas alimenticias rellenas; productos de pastelería congelados rellenos de verduras; comidas secas o líquidas listas para el consumo, compuestas principalmente de arroz; pastas saladas; pasteles con carne de ave; tartas a base de carne; aperitivos salados a base de harina de maíz fabricados por extrusión, listos para consumir; tartas saladas; barritas de avena (flapjacks); perritos calientes (preparados); granos de maíz tostado; chips de maíz con sabor a vegetales; chips de maíz aromatizadas con algas; raviolis chinos cocidos al vapor (shumai); empanadillas chinas cocidas (gyoza); empanadillas de gambas; palomitas de maíz azucaradas; pizzas refrigeradas; comidas preparadas en forma de pizzas; pizzas crudas; pizzas frescas; pizzas [preparadas]; masas de pizza precocidas; platos de pizzas preparadas; platos de arroz preparados; galletitas saladas de arroz; galletas saladas de arroz [Senbei]; galletitas saladas a base de arroz en bolitas (arare); risotto; tallarines con hortalizas salteados (japchae); arroz salteado; aperitivos a base de cereales extrudidos; aperitivos de maíz inflado con sabor a queso; alimentos de aperitivo extrudidos a base de trigo; aperitivos a base de maíz inflado; aperitivos de trigo integral; refrigerios a base de maíz, en forma de borlas; refrigerios a base de maíz, en forma de anillas; empanadas de carne; bases de pizza pre-horneadas; comidas preenvasadas compuestas principalmente de arroz, así como carne, pescado u hortalizas; torrijas; chips de wonton; wontons; rollitos de salchicha frescos; empanadas de carne de ave y carne de caza; empanadas de carne [preparadas]; aperitivos de trigo; alimentos de aperitivo a base de arroz; refrigerios a base de maíz; refrigerios a base de cereales; galletas de cebolla; nachos; chips de tortilla de maíz; tortillas de harina de trigo o maíz; productos de aperitivo a base de harina de cereales; espaguetis y albóndigas; espaguetis en lata con salsa de tomate; sushi; tabulé; tacos; tacos [chips]; tamales; rollitos de salchicha; sándwiches de tortillas de trigo; bretzels blandos; arroz dulce con frutos secos y azúcares (yaksik); pretzels; café, té, cacao y sucedáneos de estos productos; azúcar, edulcorantes naturales, coberturas y rellenos dulces, productos apícolas; sales, productos sazonadores, aromatizantes y condimentos; salchichas calientes y ketchup en cortar panecillos abiertos; hamburguesas contenidas en panecillos; perritos calientes; burritos; pasteles de arroz glutinoso machacado recubierto con polvos de soja (injeolmi); calzones; chalupas; hamburguesas con queso [sándwiches]; chimichanga; chips de trigo integral; chips a base de cereales; hojuelas de cereales; chow mein; chow mein [platos a base de fideos]; galletas saladas [crackers] a base de cereales; galletas saladas rellenas de queso; galletas saladas aromatizadas con hortalizas; galletas

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

saladas aromatizadas con carne; hamburguesas en cuanto cocidas y contenidas en panecillos; pasteles de hortalizas; aperitivos de cereales con sabor a queso; copos de cereales secos; gimbap [plato coreano de arroz]; pasteles de mijo; barras de pan rellenas; maíz tostado; palomitas de maíz; bolitas infladas de queso [aperitivos de maíz]; rollos de algas secas [gimbap]; galletas saladas con sabor a gambas; creps [filloas]; tortillas de harina o maíz para hacer fajitas; enchiladas; tartas saladas; tartas de huevo; comidas secas o líquidas listas para el consumo, compuestas principalmente de pasta; tamales; galletas saladas con sabor a pescado.

Expediente Clase 43: Servicios de restauración [alimentación].

Conexión competitiva entre los productos de la clase 30 internacional de las marcas confrontadas (Razonabilidad)

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, podría asumir como razonable que los productos en cuestión provienen del mismo empresario. Escenario que se presenta en este caso, pues el consumidor podría establecer una conexión entre los productos del signo solicitado en la clase 30, consistentes en café en sus distintas formas de consumo directo “tales como café en grano, tostado, molido, descafeinado, exprés o expreso”, así como bebidas elaboradas y complementos a base de café, con los productos de la marca registrada en la misma clase, consistentes en alimentos procesados, productos de panadería, pastelería, confitería, snacks y comidas preparadas.

En efecto, los productos confrontados comparten una afinidad comercial relevante, en la medida en que suelen ser consumidos de manera conjunta, particularmente en contextos habituales como el desayuno, la merienda o el consumo ocasional. Así, resulta frecuente que el café se acompañe de productos de panadería, pastelería o confitería, lo que genera en el consumidor la percepción de que tales productos pueden integrarse dentro de una misma oferta empresarial. Esta práctica se ve reforzada por la dinámica del mercado, en la que diversos agentes económicos extienden su portafolio para incluir tanto bebidas a base de café como productos alimenticios complementarios, consolidando líneas de negocio integradas.

Adicionalmente, los productos confrontados coinciden en buena medida en sus canales de comercialización, tales como supermercados, tiendas de conveniencia, plataformas de comercio electrónico y establecimientos especializados como cafeterías o puntos de venta de alimentos preparados, dirigiéndose al mismo público consumidor general. Esta coincidencia en los escenarios de oferta y demanda contribuye a reforzar la idea de un posible origen empresarial común.

En consecuencia, desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable asumir un origen empresarial común únicamente respecto de aquellos productos que guardan identidad o complementariedad directa con el café, configurándose así una conexión competitiva por razonabilidad, susceptible de generar riesgo de confusión o de asociación en el mercado.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 43 internacional de las marcas confrontadas (Identidad y Razonabilidad)

Verificada la cobertura de los signos confrontados, se advierte que entre los servicios del signo solicitado en la clase 43, consistentes en servicios de cafetería, cafés, cafeterías, cafés-restaurantes, bares de café y té, snack-bars, bares de zumos, así como servicios de suministro especializado de bebidas (incluido el catering de café) y, en general, servicios de

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

restauración, y los servicios amparados por la marca registrada, identificados de manera amplia como servicios de restauración [alimentación], se configura una conexión competitiva por identidad y razonabilidad.

En efecto, existe una relación de identidad en el vínculo género–especie, en la medida en que el enunciado “servicios de restauración [alimentación]” contenido en la marca registrada comprende todas aquellas actividades destinadas a la preparación, suministro y expendio de alimentos y bebidas para consumo inmediato. Dentro de este género se encuentran los servicios específicos reivindicados por el signo solicitado, tales como cafeterías, cafés-restaurantes, bares de café, snack-bars y servicios de suministro de bebidas, los cuales constituyen modalidades especializadas del mismo servicio general de restauración.

Adicionalmente, desde el criterio de razonabilidad, el consumidor medio percibe estos servicios como pertenecientes a un mismo sector económico, por lo que podría asociarlos bajo una misma unidad empresarial o cadena de negocio. En la práctica del mercado, es común que un mismo operador ofrezca servicios de restauración integrados con servicios de restaurante, cafetería y bar de bebidas, incluso dentro de un mismo establecimiento o bajo una misma marca. En consecuencia, se concluye que la relación entre los servicios analizados es de identidad sustancial reforzada por conexidad por razonabilidad, siendo altamente probable la generación de riesgo de confusión directa o de asociación empresarial en el mercado en caso de coexistencia de signos semejantes.

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 BRAINS COFFEE ROASTERS (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la sociedad BRAINS COFFEE S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca BRAINS COFFEE ROASTERS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación

⁵ 30: Café y presentaciones tradicionales: café en grano (tostado, molido, descafeinado, exprés, expreso, helado, instantáneo, soluble, preparado, congelado, aromatizado, con leche, sin cafeína, en polvo en bolsas o bolsitas de filtro, en vasos desechables, preparado en forma líquida); cápsulas y monodosis: cápsulas y monodosis llenas de café, de café de cebada o de ginseng; bolsas y bolsitas de filtro (incluidas biodegradables y para cafeteras de goteo); variantes enriquecidas: café enriquecido con proteínas (incluyendo colágeno, suero y polvo de grillo); sucedáneos y mezclas: sucedáneos del café (achicoria, malta, vegetales, preparaciones de achicoria, mezclas de café y achicoria, mezclas de esencias y extractos de café); sucedáneos de cacao y del café; derivados y productos especiales: infusión y té de cerezas o cáscaras de café (qishr, té de cáscara); preparaciones vegetales para bebidas de café; bebidas heladas a base de café; bebidas de café con leche o helado (incluido affogato); barritas de aperitivo probióticas a base de café; confitería y complementos: granos de café recubiertos de chocolate o azúcar; corteza de chocolate con granos de café molidos; bebidas y preparaciones: bebidas de café y bebidas compuestas principalmente de café; bebidas a base de café, cacao, chocolate o té; preparaciones a base de café para la confección o elaboración de bebidas; mezclas de esencias y extractos del café; paquetes de café instantáneo de una sola ración.

Resolución N° 32711

Ref. Expediente N° SD2025/0095958

Internacional de Niza⁶, solicitada por la sociedad BRAINS COFFEE S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a la sociedad BRAINS COFFEE S.A.S., 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 43: Servicios de cafetería y expendio: cafés; servicios de cafés; cafeterías; cafés-restaurantes; bares de café y té; bares de zumos; cafés y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de restauración: restaurantes y cafés; cafés y restaurantes; hoteles, restaurantes y cafés; cafés-restaurantes y cafeterías; hoteles, restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios especializados de bebidas: suministro de café (incluido catering de café y bebidas); servicio de té, café, cacao, gaseosas o bebidas de jugo o zumo de frutas; servicios de restauración [alimentación].