

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 42080

Ref. Expediente N° SD2025/0110687

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 23 de octubre de 2025, MOLIENDO CAFE REMO S.A.S., solicitó el registro de la Marca MOLIENDO CAFÉ (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1087, 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

¹ 43: Restaurantes con servicio de reparto a domicilio; preparación y suministro de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir en locales de venta minorista; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; preparación de comidas; preparación de comidas y bebidas; prestación de servicios de restaurante; prestación de servicios de restaurantes; preparación de alimentos; preparación de alimentos y bebidas; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de cafés y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y cafeterías; servicios de cafeterías; servicios de cafetería; servicios de cafés; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés y cafeterías; servicios de cafés y bares de zumos; servicios de cafeterías de autoservicio; servicios de cafeterías y restaurantes; servicios de alimentos preparados; servicio de comidas y bebidas en locales de venta minorista y de comidas para llevar; servicio de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; servicio de comidas y bebidas; servicios de asesoramiento en materia de preparación de alimentos; cocción de alimentos; cocción de pasteles; cafés; asesoramiento en la preparación de comidas; asesoramiento en la preparación de alimentos; suministro de comidas y bebidas; suministro de comidas y bebidas a instituciones; suministro de comidas de consumo inmediato; servicios de suministro de café para oficinas [suministro de bebidas]; servicios de restaurantes y cafés; suministro de alimentos y bebidas; servicios de cocción de pasteles; servicios de cocción de alimentos; servicios de comidas preparadas; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; servicios de comida para llevar; servicios de comidas para llevar; servicios de restaurante de comida para llevar; servicios de restauración para el suministro de comidas; servicios de restaurantes; servicios de preparación de alimentos; servicios de preparación de comidas; servicios de preparación de alimentos y bebidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0110687

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 relevante para el presente examen de registrabilidad:

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.

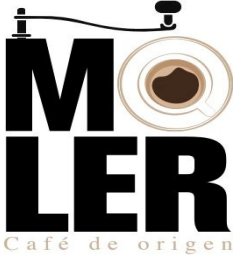
b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos 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° SD2025/0110687

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	MOLER CAFÉ DE ORIGEN	PABLO CÉSAR BARRIOS MEDINA	SD2022/0044338	11	30	Marca	Registrada	18 jul. 2033
Mixta	La Molienda Café	CAFE DANNY S.A.S.	13194767	10	35	Marca	Registrada	18 dic. 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 

Jurisprudencia

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”.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0110687

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

Encuentra esta Dirección que el signo solicitado MOLIENDO CAFÉ y las marcas registradas MOLER CAFÉ DE ORIGEN y LA MOLIENDA CAFÉ, presentan semejanzas ortográficas, fonéticas y conceptuales.

Moler café origen

En efecto, ambos signos evocan de manera directa e inmediata la idea derivada del verbo “moler⁴”, entendida como la acción de “quebrantar un cuerpo reduciéndolo a partes muy pequeñas o hasta hacerlo polvo”, concepto íntimamente relacionado con el procesamiento y preparación del café para su consumo. A su vez, coincide en el uso de la expresión CAFÉ, término descriptivo respecto de productos o servicios relacionados con dicho producto.

La molienda café

De igual forma, se observa que el signo solicitado MOLIENDO CAFÉ y la marca previamente registrada LA MOLIENDA CAFÉ presentan semejanza ortográfica y fonética, toda vez que comparten la misma estructura denominativa, un número similar de sílabas y una secuencia de letras altamente coincidente, destacándose especialmente los elementos M-O-L-I-E-N-D-, dispuestos en el mismo orden, lo que genera una impresión sonora y ortográfica semejante.

Asimismo, ambos signos incorporan la expresión CAFÉ, la cual resulta descriptiva de los productos o servicios que distinguen y, por tanto, inapropiable por parte de cualquier titular.

En este sentido, la sustitución de la vocal final “A” por la vocal “O”, así como la inclusión o supresión del artículo “LA”, constituyen diferencias menores que no alteran la impresión de conjunto de los signos ni resultan suficientes para excluir el riesgo de confusión o de asociación en el mercado.

Finalmente, se observa que el signo solicitado incorpora como elemento gráfico la silueta de una cafetera. No obstante, dicha adición resulta insuficiente para desvirtuar la semejanza conceptual existente entre los signos enfrentados, toda vez que el elemento figurativo también guarda relación directa con la preparación y consumo de café, reforzando la idea conceptual común transmitida por los signos.

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 servicios⁵.

⁴<https://dle.rae.es/moler?m=form>.

⁵ 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:

Ref. Expediente N° SD2025/0110687

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

43: Restaurantes con servicio de reparto a domicilio; preparación y suministro de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir en locales de venta minorista; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; preparación de comidas; preparación de comidas y bebidas; prestación de servicios de restaurante; prestación de servicios de restaurantes; preparación de alimentos; preparación de alimentos y bebidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de cafés y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y cafeterías; servicios de cafeterías; servicios de cafetería; servicios de cafés; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés y cafeterías; servicios de cafés y bares de zumos; servicios de cafeterías de autoservicio; servicios de cafeterías y restaurantes; servicios de alimentos preparados; servicio de comidas y bebidas en locales de venta minorista y de comidas para llevar; servicio de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; servicio de comidas y bebidas; servicios de asesoramiento en materia de preparación de alimentos; cocción de alimentos; cocción de pasteles; cafés; asesoramiento en la preparación de comidas; asesoramiento en la preparación de alimentos; suministro de comidas y bebidas; suministro de comidas y bebidas a instituciones; suministro de comidas de consumo inmediato; servicios de suministro de café para oficinas [suministro de bebidas]; servicios de restaurantes y cafés; suministro de alimentos y bebidas; servicios de cocción de pasteles; servicios de cocción de alimentos; servicios de comidas preparadas; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; servicios de comida para llevar; servicios de comidas para llevar; servicios de restaurante de comida para llevar; servicios de restauración para el suministro de comidas; servicios de restaurantes; servicios de preparación de alimentos; servicios de preparación de comidas; servicios de preparación de alimentos y bebidas.

Las marcas registradas identificas:

Expedientes

SD2022/0044338, clase 30. Café.

13194767, clase 35. Servicios de venta al por menor y al por mayor, relacionados con alimentos y bebidas; adquisición de contratos para la compra y venta de productos;

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 (dentrífico) 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° SD2025/0110687

presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta al por menor; ventas para terceros.

Relación competitiva clase servicios clase 43 solicitada y 30 registrada – Razonabilidad

Encuentra esta Dirección que existe relación competitiva por criterio de razonabilidad entre los servicios identificados en la clase 43 y el café amparado en la clase 30 de la marca registrada.

Lo anterior, toda vez que resulta habitual en el mercado que establecimientos dedicados a la prestación de servicios de restauración, cafetería, cafés, restaurantes, suministro de bebidas y preparación de alimentos, además de ofrecer el servicio de consumo inmediato, promocionen, fabriquen, distribuyan, oferten, vendan o comercialicen productos de café comprendidos en la clase 30 internacional, tales como café molido, café tostado, café en grano, mezclas de café o productos derivados relación.

En efecto, el consumidor se encuentra acostumbrado a que los servicios de cafeterías, cafés-restaurantes y establecimientos especializados en preparación y suministro de bebidas comerciales venden simultáneamente productos de café identificados con la misma marca utilizada para distinguir los servicios de restauración.

Por ello, es razonable considerar por parte de los consumidores que los productos y servicios analizados presentan una vinculación estrecha desde el punto de vista de su finalidad, canales de comercialización y público consumidor, puesto que ambos se dirigen a consumidores interesados en el consumo y experiencia relacionada con el café y bebidas derivadas.

Asimismo, comparten escenarios de comercialización tales como cafeterías, restaurantes, tiendas especiales. Bajo ese contexto, el consumidor medio podría considerar que los servicios de restaurantes, cafeterías y suministro de bebidas identificados con el signo solicitado corresponden a una extensión empresarial, línea comercial o unidad de negocio vinculada con los productos de café distinguidos por la marca previamente registra.

Relación competitiva clase servicios clase 43 solicitada y 35 registrada – Razonabilidad

Siguiendo con el criterio de razonabilidad, encuentra esta entidad que existe relación competitiva entre los servicios solicitados en la clase 43 y los servicios amparados por la marca previamente registrada en la clase 35, en la medida en que ambos se encuentran vinculados al mismo sector económico de alimentos y bebidas y se dirigen al mismo público consumidor.

Desde el criterio de razonabilidad, resulta habitual que un mismo empresario desarrolle de manera simultánea actividades de *venta, comercialización y distribución de alimentos y bebidas*, así como *servicios de preparación, expendio y suministro de comidas y bebidas a través de restaurantes, cafeterías* o establecimientos similares. En el mercado actual es frecuente que los establecimientos de restauración comercialicen productos alimenticios propios, mientras que las empresas dedicadas a la venta minorista o mayorista de alimentos amplíen su oferta mediante servicios de comidas preparadas, cafeterías o puntos de consumo inmediato.

Así las cosas, los servicios distinguidos por ambas marcas comparten canales de comercialización, consumidores potenciales y una finalidad económica convergente

Ref. Expediente N° SD2025/0110687

relacionada con la oferta de alimentos y bebidas. Por ello, el consumidor medio podría razonablemente considerar que tales servicios provienen de una misma empresa o de empresas económicamente vinculadas.

En consecuencia, la coexistencia de signos semejantes para identificar los servicios confrontados es susceptible de generar riesgo de asociación empresarial, pues el público consumidor podría creer que existe una relación comercial, de patrocinio, licencia, franquicia, extensión de línea de negocio o vinculación económica entre los titulares de los signos. Tal circunstancia afecta la función esencial de la marca como indicadora del origen empresarial de los servicios y puede inducir a error respecto de su verdadera procedencia.

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.

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”. En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada (interdependencia), que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso”.

En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos y servicios, lo cual no se da en el presente caso. Por lo tanto, la decisión de la administración debe ir de la mano con los intereses de los consumidores y distintos actores en el mercado, pues se debe evitar que el consumidor asocie un mismo origen empresarial a servicios con orígenes empresariales diferentes, a su vez, frente a los empresarios existe el deber de impedir que un tercero saque provecho sobre la base de la actividad comercial ajena.

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 MOLIENDO CAFÉ (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁶,

⁶ 43: Restaurantes con servicio de reparto a domicilio; preparación y suministro de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación de comidas y bebidas de consumo inmediato; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir en locales de venta minorista; preparación y suministro de comidas y bebidas para consumir in situ o para llevar; preparación de comidas; preparación de comidas y bebidas; prestación de servicios de restaurante; prestación de servicios de restaurantes; preparación de alimentos; preparación de alimentos y bebidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de cafés y restaurantes; servicios

Ref. Expediente N° SD2025/0110687

solicitada por MOLIENDO CAFE REMO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a MOLIENDO CAFE REMO 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.
Dado en Bogotá D.C., el 5 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

de cafés-restaurantes y cafeterías; servicios de cafeterías; servicios de cafetería; servicios de cafés; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés y cafeterías; servicios de cafés y bares de zumos; servicios de cafeterías de autoservicio; servicios de cafeterías y restaurantes; servicios de alimentos preparados; servicio de comidas y bebidas en locales de venta minorista y de comidas para llevar; servicio de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; servicio de comidas y bebidas; servicios de asesoramiento en materia de preparación de alimentos; cocción de alimentos; cocción de pasteles; cafés; asesoramiento en la preparación de comidas; asesoramiento en la preparación de alimentos; suministro de comidas y bebidas; suministro de comidas y bebidas a instituciones; suministro de comidas de consumo inmediato; servicios de suministro de café para oficinas [suministro de bebidas]; servicios de restaurantes y cafés; suministro de alimentos y bebidas; servicios de cocción de pasteles; servicios de cocción de alimentos; servicios de comidas preparadas; servicios de comidas y bebidas para llevar; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; servicios de comida para llevar; servicios de comidas para llevar; servicios de restaurante de comida para llevar; servicios de restauración para el suministro de comidas; servicios de restaurantes; servicios de preparación de alimentos; servicios de preparación de comidas; servicios de preparación de alimentos y bebidas.