

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 20 de diciembre de 2020, LADY VIVIANA TABARES PINEDA, solicitó el registro de la Marca QUINDIPAN (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. 920, la FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA presentó oposición contra las clases solicitadas, con fundamento en los literales i y j) del artículo 135 de la Decisión 486 de 2000.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(…) La presente oposición se sustenta en los derechos prioritarios derivados de la declaratoria de protección de la Denominación de Origen CAFÉ DE COLOMBIA, cuya facultad para autorizar el uso fue delegada en la FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA. (…)

(…) Debe tenerse en cuenta en este punto que entre el producto designado y la zona geográfica delimitada se presenta un nexo de causalidad, pues la zona presenta factores naturales y humanos que le imprimen al producto las calidades, reputación y características que lo hacen único y que permitieron su declaración como Denominación de Origen. En consecuencia, la Denominación de Origen transmite al consumidor una información referente, ya no un origen empresarial como lo haría una marca de productos y/o servicios, sino a un origen geográfico que dota al producto de calidades y características especiales.

Aunado a lo anterior, debe tenerse en cuenta que en virtud de la declaración de la protección mencionada, la expresión “Café de Colombia”, antes entendida como una expresión explicativa del género del producto y de su origen geográfico (Colombia), se adhirió a un régimen especial de protección que permite su uso, exclusivamente, a través del procedimiento de “autorización de uso” e impide el registro de marcas que “reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes.” En este mismo sentido corresponde señalar que el artículo 220 de la Decisión 486 de 2000 dispone expresamente que las Denominaciones de Origen “no serán consideradas comunes o genéricas para distinguir el producto que designan, mientras subsista dicha protección en el país de origen”: (…)

(…) Como se puede observar el signo solicitado es una marca mixta cuyo elemento denominativo está compuesto por la expresión “QUINDIPAN”, acompañada de una grafía especial junto a un sombrero y una hoja de trigo en su parte superior izquierda,

¹ 30: Café, té, cacao y sucedáneos del café; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel; salsas (condimentos).

43: Servicios de restaurante; cafetería; servicios de preparación de alimentos y bebidas para el consumo.



Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

la cual se encuentra incluida al interior de la figura de un pan.

Conforme a lo anterior, se evidencia que la marca solicitada contiene en su conjunto marcario la denominación “Quindi”, término altamente similar al nombre del Departamento “Quindío” (Quindi/Quindío), zona de alta importancia en la actividad caficultora de nuestro país. En consecuencia, el uso de un término similar con el nombre del Departamento Quindío (o cualquier zona reconocida del país por su actividad caficultora) y que pretenda identificar productos de café y servicios de cafeterías, transmitirán una evocación inevitable al consumidor promedio sobre el origen de cualquier producto de café que pretenda identificar la marca opositora.

Concretamente, el consumidor asumirá en todas las ocasiones que cualquier producto de café identificado con la marca solicitada, incluso bebidas de café listas para el consumo, provienen del Departamento de Quindío y, a su vez, realizará una referencia directa a la zona geográfica protegida por la Denominación de Origen “CAFÉ DE COLOMBIA”. Este hecho se acentúa, debido a la representación de 19.648 hectáreas de café producidas en este departamento y el trabajo de aproximadamente 5.100 familias caficultoras de la zona (...)

(...) Por consiguiente, el signo solicitado evoca (referencia directamente) la denominación de origen “Café de Colombia” para identificar su mismo producto designado.

En efecto, las Denominaciones de Origen son derechos de carácter colectivo de titularidad del estado, cuyo uso se encuentra sujeto a las normas sobre “autorizaciones de uso”, de manera que resultaría contrario a su propósito permitir el registro de marcas que hagan uso del término geográfico que las conforman o de su contenido y concepto, máxime si se trata de un signo que pretende identificar en el mercado el mismo producto designado por la Denominación de Origen. (...)

(...) Según lo anterior, se evidencia el inminente conflicto respecto a los productos y servicios resaltados, toda vez que la marca pretendida identificará exactamente los mismos productos designados por la Denominación de Origen invocada, a saber “café” en clase 30, resultando inevitable que el consumidor promedio no incurra en error respecto la naturaleza de los productos que pretende ofrecer el solicitante en el mercado.

Ahora bien, respecto a los productos “sucedáneos de café” evidenciamos que es un producto directamente derivado del producto protegido y se resalta una íntima conexidad competitiva toda vez que comprende un género amplio de productos que son complementarios y/o sustitutos al café, así como existe la relación que razonablemente el consumidor puede inferir de que este producto proviene de un mismo origen empresarial, tal y como sucede con múltiples agentes del mercado que ofrecen café y sucedáneos de café en diferentes presentaciones.

En particular, los servicios detallados en la clase 43, evidenciamos que los “servicios de café” y “Servicios de cafeterías” son por definición el escenario comercial para el suministro de alimentos y bebidas y, en consecuencia, son evidentemente complementarios al consumo del café por cuanto estructuran la actividad principal de los escenarios comerciales en los que el público consumidor puede adquirir café y bebidas a base de café con gran frecuencia y facilidad. Lo anterior, también permite visualizar que existe una alta posibilidad que el público consumidor pueda inferir razonablemente que este tipo de servicios de restaurantes y cafeterías son ofrecidos por empresarios que se dedican a la comercialización del café colombiano.

Si bien una descripción de los servicios pretendidos se refiere a “servicios de restaurantes” y “servicios de preparación de alimentos y bebidas para el consumo”, además de servicios de cafeterías, es evidente que aquellos servicios también hacen

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

referencia directa a la Denominación de Origen Café de Colombia, generando en el consumidor una conexión errónea entre los productos que comercialice el solicitante y los mecanismos de control de calidad del Café de Colombia. Como consecuencia de la declaratoria de protección de la Denominación de Origen Café de Colombia, debe impedirse el registro de toda marca que la imite, contenga o reproduzca, cuando el uso de tal marca pueda implicar un aprovechamiento del prestigio asociado a ella, o cuando de aquél se derive un riesgo de confusión o asociación. (...)

(...) Como consecuencia de lo anterior, la eventual concesión del registro solicitado podría engañar a los medios comerciales y al público sobre las características y cualidades de los productos de café o aquellos comercializados en los servicios que pretende identificar la marca objeto de análisis, atribuyéndose -por el hecho de incorporar una referencia a uno de los municipios más importantes de la Denominación de Origen- aquellas características y calidades especiales de la misma. Además, no sólo afectaría la libertad decisoria del consumidor (por cuenta de la errónea elección de un producto que no satisface sus necesidades al no cumplir las condiciones del correspondiente acto de protección y reglamento de uso de la D.O.) sino que también perjudica a los productores cuyo café sí ha sido autorizado para usar el mencionado sello, puesto que perderían su ventaja comparativa. (...)

(...) Si bien, la presente oposición encuentra su principal sustento normativo en lo dispuesto en el literal j) de la Decisión Andina, es indiscutible el engaño al que se verán expuestos los consumidores y demás participantes del mercado, con el eventual registro de una marca para identificar productos relacionados con Café de Colombia, que hace referencia clara y expresa a una procedencia geográfica asociada a factores naturales y humanos que dotan al producto de especiales características, calidades y reputación en el mercado. (...)

TERCERO: Que, dentro del término concedido para tal efecto, LADY VIVIANA TABARES PINEDA, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...) Se evidencia de esta manera, un primer factor determinante en el análisis comparativo, lo cual no es tenido en cuenta por el apoderado de la entidad opositora, quien no realiza comparación entre los signos enfrentados, sino que hace una comparación que conduce a una conclusión a todas luces errónea, que pretende establecer una identidad entre los signos que evidentemente no existe.

Es así como el opositor reconoce que la similitud no se da entre la denominación de origen CAFÉ DE COLOMBIA sino entre la palabra QUINDÍO y la expresión solicitada a registro QUINDIPAN, para concluir indicando que en tanto el departamento del Quindío es productor de café, la marca solicitada QUINDIPAN se aprovecharía de la reputación de la denominación de origen CAFÉ DE COLOMBIA.

Nótese el vericuetto de la argumentación planteada y como se saca una conclusión falsa a partir de semejanzas que no existen, por lo que se hace un llamado respetuoso a la Superintendencia de Industria y Comercio para que en el análisis del caso, las características que se comparen sean relevantes respecto de la conclusión, y para el caso que nos ocupa el cotejo debe darse entre CAFÉ DE COLOMBIA y QUINDIPAN. (...)

(...) Como se observa, la palabra QUINDIPAN no contiene literalmente a la expresión CAFÉ DE COLOMBIA, y tampoco la evoca; es más ni siquiera existe proximidad conceptual entre ambos términos correspondientes. (...)

(...) Para el caso de QUINDIPAN no puede sustentarse que el signo evoca a la denominación de origen, pues ni siquiera son visualmente parecidas al no coincidir ninguna de las palabras que contienen. El signo solicitado a registro como marca NO

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

CONTIENE la dop protegida; los signos en pugna NO SON SIMILARES.

Aunado a que los signos no se pueden confundir, no cabe duda de que la palabra QUINDIPAN al no evocar al Café de Colombia, no es susceptible de beneficiarse de su fama, para identificar productos de panadería, pastelería, cafetería y restaurante. (...)

(...) Si bien con lo hasta acá expuesto se evidencia la diferencia entre los signos enfrentados, la suscrita con el ánimo de que se marque una diferencia más amplia, solicitó ante la SIC con radicado SD2021/0058001, la modificación de los productos a amparar bajo la clase 30 con el registro de la marca Quindipan, para que quede así:

Clase 30: pan, productos de pastelería y confitería, helados.

De esta manera la marca que se pretende registrar no identificará el producto CAFÉ o SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ, que es el producto identificado por la dop.

En conclusión, con lo anterior se reafirma y garantiza la imposibilidad de que se configure el más mínimo riesgo de confusión entre los signos.

Ahora bien, en relación con los servicios de la clase 43 la suscrita no procedió con restricción de servicios, en tanto encontramos que para establecer la existencia del riesgo de confusión y de asociación será necesario determinar si existe identidad o semejanza entre los signos en disputa, tanto entre sí como en relación con los productos o servicios distinguidos por ellos, y considerar la situación de los consumidores o usuarios, la cual variará en función de los productos o servicios de que se trate.

En el caso que nos ocupa, no existe riesgo de confusión, toda vez que la dop previamente registrada además de contar con componentes denominativos distintos a los de la marca que se solicita a registro, no cuenta con elementos gráficos, que, dicho sea de paso, predominan y generan impacto en la mente del consumidor, tal como se puede observar a continuación, mientras que la marca solicitada a registro es de naturaleza MIXTA.

Ahora bien, respecto de los productos y servicios que con los signos se identifican en el mercado, tenemos que la dop CAFÉ DE COLOMBIA identifica el producto café (verde, tostado, molido, soluble), mientras que la marca que se quiere registrar por mi parte identifica en el mercado unos servicios relacionados con atención directa a clientes en establecimiento para el expendio de bebidas y alimentos, por lo tanto, no hay semejanza entre los productos y servicios que cada signo identifica. (...)

(...) En mérito de lo expuesto es imperativo concluir que la marca QUINDIPAN (mixta), cuyo registro se solicita por LADY VIVIANA TABARES PINEDA para identificar productos de la clase 30 y 43, no se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad invocada por el apoderado de la entidad opositora, ni en ninguna otra de las causales establecidas en la Decisión 486 de 2000, por lo tanto, el signo cumple a cabalidad con los requisitos requeridos para ser registrado como marca, conforme a lo dispuesto en el artículo 134 de la normativa citada. (...)"

CUARTO: Que mediante solicitud presentada el 19 de junio de 2021, LADY VIVIANA TABARES PINEDA radicó modificación al signo objeto de estudio, en el sentido de limitar los productos de la clase 30 inicialmente solicitados.

QUINTO: Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Modificación a la solicitud de registro

El artículo 143 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, señala que: "El solicitante de un registro de marca podrá pedir que se modifique la solicitud en cualquier momento del trámite. Del mismo modo podrá pedir la corrección de cualquier error material.

Asimismo, la oficina nacional competente podrá sugerir al solicitante modificaciones a la solicitud en cualquier momento del trámite. Dicha propuesta de modificación se tramitará de conformidad con lo establecido en el artículo 144.

En ningún caso la modificación podrá implicar el cambio de aspectos sustantivos del signo o la ampliación de los productos o servicios señalados inicialmente en la solicitud.

Si las normas nacionales lo permiten, se podrán establecer tasas para la solicitud de modificación."

Análisis de la modificación a la solicitud de registro

En el presente asunto, la Dirección logró establecer que la variación pretendida puede ser aceptada, al no tratarse de una modificación sustancial, siendo un elemento del que el solicitante puede disponer hasta antes de la solicitud, pues no amplía el espectro del derecho inicialmente pretendido, sino que lo limita.

En efecto, el solicitante elimina de la cobertura solicitada *café, té, cacao, sucedáneos del café, harinas, preparaciones a base de cereales, azúcar, miel, salsas (condimentos)*, quedando esta únicamente para pan, productos de pastelería y confitería, helados, productos de la clase 30.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal i) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

i) puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate.

Concepto de la norma

Debe entenderse que existe engaño cuando el signo genera en la mente del consumidor una distorsión de la realidad respecto de las características del producto o servicio distinguido, siendo entonces necesario proceder a la protección del interés general del público consumidor negando la protección sobre este tipo de conjuntos marcarios.²

² TJCA, Proceso 35-IP- 98

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

Así las cosas, para determinar si una marca es engañosa, es preciso relacionar el signo solicitado con los productos o servicios a distinguir, apreciar esta relación que surge entre el signo y los productos o servicios, para concluir si la información otorgada por la marca genera algún tipo de incongruencia o engaño que pueda afectar al consumidor. Es decir, se pretende que el consumidor confíe en que la información que le proporciona la marca sea correcta y no lo induzca a error sobre la calidad, composición, procedencia o aptitud para el empleo de los productos o servicios que va a consumir.

En consecuencia, la marca será engañosa cuando informe una cantidad o una naturaleza que no posee pero que sea precisamente la que atrae al consumidor. Por lo tanto, será entonces fundamental ubicar muy bien el tipo de producto al que se aplica la marca para poder lograr identificar cuál o cuáles son las características que inciden en su calidad y por las cuales el consumidor lo adquiere.

Literal j) del artículo 135 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas los signos que:

j) Reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes, cuando su uso pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación con la denominación; o implicase un aprovechamiento injusto de su notoriedad.

Concepto de la norma

El Título XI de la Decisión Andina 486 contiene las normas relativas a las indicaciones geográficas, género en el que la norma incluye las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia. Las indicaciones de procedencia son definidas por la norma en los siguientes términos:

“Artículo 221. Se entenderá por indicación de procedencia un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado”.

Así, la indicación de procedencia consiste en un signo indicador del origen de un producto, sin que para su uso se requieran elementos diferentes a la veracidad. En consecuencia, se trata de un término descriptivo del origen del producto, por lo que no existe un uso exclusivo sobre una indicación de procedencia, recayendo el derecho a usarla en cualquier persona que pretenda informar al público sobre el origen de su producto.

Por otra parte, las denominaciones de origen son definidas en los siguientes términos:

“Artículo 201. Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos”.

Como se aprecia en la definición legal, a diferencia de la indicación de procedencia, la denominación de origen requiere que el producto posea unas cualidades o reputación ligadas al origen geográfico, incluidos sus factores naturales y humanos. En otras

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

palabras, una denominación de origen identifica un producto proveniente de una zona geográfica determinada, cuyas características están necesariamente ligadas tanto a las condiciones naturales de dicha zona, como al esfuerzo de una colectividad para conseguir y preservar unas condiciones y costumbres homogéneas, las cuales generan la diferenciación adquirida del producto.

En atención a los derechos así adquiridos por determinada colectividad, y como medida de protección a los consumidores, quienes asocian la referencia a la zona geográfica a la calidad o reputación del producto, la legislación reconoce que ha dejado de ser un término descriptivo para convertirse en un signo distintivo, tal como dispone la norma andina:

“Artículo 220. Las denominaciones de origen protegidas conforme a lo previsto en la presente Decisión, no serán consideradas comunes o genéricas para distinguir el producto que designan, mientras subsista dicha protección en el país de origen”.

De acuerdo con el literal j) del artículo 135 andino antes transcrito, para que el registro de una marca sea negado se requiere que ella cumpla con varios supuestos de hecho:

(i) En primer lugar, que el signo solicitado reproduzca, imite o contenga una denominación de origen protegida.

Para determinar el alcance de las expresiones “reproduzca”, “imite” y “contenga”, es necesario tener presente el significado de cada una. Así, reproducir significa “*ser copia de un original*”; imitar, “*parecerse, asemejarse a otra*”; y contener, “*llevar o encerrar dentro de sí a otra*”³.

De las aludidas definiciones se desprende que la causal no requiere que se trate de una reproducción literal de la denominación de origen, sino que basta con que se le asemeje de alguna manera, incluso evocándola, para denegar el registro solicitado.

(ii) El segundo supuesto de hecho consiste en que el signo se solicite para los mismos productos, o para productos diferentes cuando su uso pueda causar un riesgo de confusión o asociación.

En el primer caso -que el signo se solicite para los mismos productos-, la sola reproducción, imitación o inclusión de la denominación de origen genera el riesgo de confusión o asociación.

En el segundo caso -que el signo se solicite para productos diferentes-, será necesario analizar si existe algún tipo de relación entre ellos y los identificados con la denominación de origen, con la finalidad de definir si puede generar un riesgo de confusión o asociación.

(iii) El último supuesto de hecho consiste en que el uso del signo solicitado implique un aprovechamiento injusto de la notoriedad la denominación de origen.

Al respecto, es relevante mencionar que la norma parte del hecho de la notoriedad de la denominación de origen, por lo que no exige prueba de ello. En efecto, debe recordarse que uno de los presupuestos para declarar la protección de la denominación de origen es que el producto que ella identifique cuente, entre otros, con una reputación imputable al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, por lo que tal reputación (o notoriedad, pues la legislación no las diferencia) ha sido previamente determinada.

³ Diccionario de la lengua española - Vigésima Segunda Edición. Real Academia de la Lengua Española.

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

Adicionalmente, la presente causal de irregistrabilidad no es de las denominadas causales relativas, sino de las absolutas.

Cabe indicar, que de acuerdo con el artículo 207 andino, solo pueden usar la denominación de origen, previa autorización, quienes directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que ella distingue, siempre que realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica delimitada en la declaración de protección y cumplan con otros requisitos exigidos por la oficina nacional. Por tal motivo, el uso de un signo que reproduzca, imite o contenga la denominación de origen por parte de una persona que no cumple los antes referidos requisitos, resulta ser un aprovechamiento injusto de su notoriedad.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:



El cual pretende identificar los siguientes productos y servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

30: Pan, productos de pastelería y confitería; helados.

43: Servicios de restaurante; cafetería; servicios de preparación de alimentos y bebidas para el consumo.

Caso concreto

Literal j) del artículo 135 de la Decisión 486

Una denominación de origen deber ser especialmente protegida, ya que su monopolio debe corresponder solo a aquellas personas que están autorizadas para usarla, en razón a que los productos deben tener las características particulares propias que ameritaron la protección como denominación de origen; que indica un lugar geográfico determinado y una calidad especial. No obstante, para efectos de aplicar la causal se requiere que la reproducción e imitación genere un riesgo de confusión o de asociación con la denominación; o que implique un aprovechamiento injusto de su notoriedad.

En este caso particular, se pudo constatar que la resolución 4819 del 4 de marzo de 2005 proferida por el Superintendente de Industria y Comercio, declaró la protección de la denominación de origen CAFÉ DE COLOMBIA, para distinguir el producto “café de la especie arábica” que tiene como característica ser “suave, de taza limpia, con acidez y cuerpo medio/alto, aroma pronunciado y completo, propio del café proveniente únicamente de la especie arábica, cuyas características se deben a los factores naturales de localización o geográfico, agroclimático, topográfico del genotipo” y cuya zona

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732

geográfica es la zona cafetera colombiana, localizada entre latitud norte 1° a 11°15', longitud oeste de 72° a 78° y altitud de 400 a 2500 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.).

De la anterior resolución se puede establecer que la denominación de origen CAFÉ DE COLOMBIA se encuentra debidamente protegida, pues conforme a la declaración emitida por la autoridad competente, esta expresión se refiere a una zona territorial colombiana que se utiliza para designar un producto (café) con unas características especiales.

Ahora bien, es necesario determinar si un consumidor asocia o confunde el signo solicitado como marca con la denominación de origen CAFÉ DE COLOMBIA. Al respecto esta Dirección considera que, si bien el signo solicitado involucra la expresión QUINDI que puede ser evocativo de QUINDIO, no se trata de una reproducción de la denominación protegida que es “CAFÉ DE COLOMBIA”, pues a pesar de que se podría asociar al departamento de Colombia ello no es impedimento para su concesión.

En efecto, tal y como se plasma el signo solicitado junto con la limitación de productos realizada se colige que no existe ni una reproducción ni imitación de la denominación de origen. Asimismo, analizado el signo solicitado no se encuentra que este contenga la denominación de origen CAFÉ DE COLOMBIA pues ninguno de sus elementos hace referencia ni de manera directa o indirecta a esta.

Por lo anterior, el signo solicitado a registro no se encuentra incurso en esta causal de irregistrabilidad, ya que no reproduce, imita o contiene una denominación de origen protegida, por lo cual tiene vocación de identificar los productos reivindicados.

Literal i) del artículo 135 de la Decisión 486

Teniendo en cuenta que el signo solicitado a registro no reproduce, imita o contiene la denominación de origen protegida CAFÉ DE COLOMBIA, se concluye que este no resulta engañoso en los términos de la causal aludida, máxime cuando no atenta contra las condiciones de veracidad impuestas en el tráfico mercantil y no informa necesariamente a los consumidores erróneamente sobre los productos y servicios con ella distinguidos.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en las causales de irregistrabilidad establecidas en el artículo 135 literales i) y j) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Declarar infundada la oposición interpuesta por la FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA contra la clase 30.

ARTÍCULO SEGUNDO: Declarar infundada la oposición interpuesta por la FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA contra la clase 43

ARTÍCULO TERCERO: Conceder el registro de la Marca QUINDIPAN (Mixta).

Resolución N° 44521

Ref. Expediente N° SD2020/0105732



Para distinguir productos comprendidos en la clase:

30: Pan, productos de pastelería y confitería; helados.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 11.

Titular: LADY VIVIANA TABARES PINEDA
CL 11A NRO. 22-62 ESQUINA BRR GRANADA
ARMENIA 630001 QUINDIO
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Conceder el registro de la Marca QUINDIPAN (Mixta).



Para distinguir servicios comprendidos en la clase:

43: Servicios de restaurante; cafetería; servicios de preparación de alimentos y bebidas para el consumo.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 11.

Titular: LADY VIVIANA TABARES PINEDA
CL 11A NRO. 22-62 ESQUINA BRR GRANADA
ARMENIA 630001 QUINDIO
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO QUINTO: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO SEXTO: Notificar a LADY VIVIANA TABARES PINEDA, solicitante del registro y a la FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA, opositor, el

Resolución N° 44521

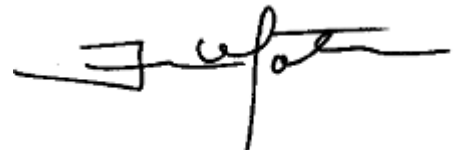
Ref. Expediente N° SD2020/0105732

contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO SÉPTIMO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 19 de julio de 2021



JUAN PABLO MATEUS BERNAL
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS