vinetur

Stateside y Anheuser-Busch cierran el litigio por la apariencia de sus latas en Estados Unidos

El caso por la imagen comercial de Surfside y Skimmers queda archivado sin recurso y con costas separadas

jueves 24 de septiembre de 2026



Stateside Brands y Anheuser-Busch han acordado cerrar el litigio por la apariencia de las latas de sus bebidas listas para beber en Estados Unidos. Este lunes, 21 de septiembre, un juez federal aceptó la petición para archivar el caso con perjuicio, lo que cierra esa vía sobre las reclamaciones incluidas en la demanda. La orden también fija que cada parte asumirá sus propias costas y honorarios de abogados, y recoge la renuncia de ambas a presentar recurso.

La disputa se había abierto el año pasado, cuando Stateside acusó a Anheuser-Busch de copiar la imagen comercial de Surfside con Skimmers, su té helado con alcohol. La empresa sostenía que la presentación de Skimmers se parecía a la de Surfside en

varios elementos: ambas son bebidas a base de té helado dentro del segmento listo para beber, se venden en latas con franjas de colores y comparten un logotipo con un sol.

En su demanda inicial, Stateside llegó a afirmar que Skimmers buscaba aprovecharse de la popularidad de Surfside. El pleito giraba en torno al llamado trade dress, una figura del derecho de marcas en Estados Unidos que protege la apariencia externa de un producto cuando sirve para identificar su origen comercial. En sectores como el de las bebidas en lata, esa protección puede abarcar colores, distribución gráfica, formas y otros rasgos visuales del envase.

Cuando se presentó la demanda, el abogado especializado en propiedad intelectual Josh Gerben ya había apuntado que el caso podía encontrar obstáculos porque Stateside no contaba con un registro federal de marca para el diseño de la lata. Ese elemento era relevante, ya que los litigios por imagen comercial suelen depender de la capacidad de la parte demandante para probar que el público asocia ese diseño con una marca concreta y no con rasgos habituales de una categoría.

El cierre del procedimiento tiene interés para el sector de bebidas porque los productos listos para beber compiten en lineales muy cargados, donde la lata es parte central de la identidad de marca. La resolución no fija un criterio general para todos los casos, pero sí muestra el riesgo legal y comercial que existe cuando dos productos cercanos en estilo, sabores y formato recurren a códigos visuales parecidos. También puede influir en cómo las compañías valoran el registro y la protección de sus envases.

Surfside se lanzó en 2022 y desde entonces ha ampliado su oferta de sabores para acompañar los repuntes de demanda dentro de los RTD, siglas habituales del negocio de bebidas listas para beber. Su matriz, Stateside, presentó además Super Lyte en marzo, una mezcla de vodka con ingredientes habituales en bebidas para deportistas.

Skimmers, por su parte, llegó al mercado en 2025 y forma parte de la cartera de RTD de Anheuser-Busch, una división en la que el grupo se apoya sobre todo en Cutwater y en BeatBox, incorporada recientemente. Tanto Skimmers como Surfside ocupan un espacio poco frecuente dentro de la categoría, ya que son opciones sin gas y con varios sabores.

El movimiento de los dos grupos coincide con un cambio más amplio dentro del negocio del alcohol. Muchas compañías con marcas históricas de cerveza y destilados están reforzando su presencia en las bebidas listas para beber porque otras categorías pierden volumen. Según datos de IWSR, los cócteles en lata aumentaron un 3% en 2025, mientras el resto de grandes categorías retrocedió. Ese dato ayuda a entender por qué el diseño del envase, la protección de marca y la rapidez para lanzar novedades se han convertido en factores de mucho peso en este segmento.