

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 11058

Ref. Expediente N° SD2025/0074426

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 25 de julio de 2025, COMPAÑÍA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABANA AVESCO S.A.S., solicitó el registro de la Marca KOKORIKO KRONCH (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 29, 30 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075, 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:

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.

¹ **29:** Pollo; alas de pollo; buñuelos de pollo; croquetas de pollo; ensaladas de pollo; hamburguesas de pollo; muslos de pollo; nuggets de pollo; filetes de pechuga de pollo; hamburguesas [filetes] de pollo; patas de pollo para consumo humano; aperitivos congelados compuestos principalmente de pollo; comidas preparadas compuestas principalmente de pollo; platos preparados compuestos principalmente de pollo; platos preparados principalmente a base de pollo; pollo y bolas de masa guisada a base de patata; papas fritas; papas fritas a la francesa; pasabocas a base de yuca; patatas fritas de Yuca; croquetas de papas; pasabocas a base papas; snacks a base de papas; refrigerios a base de papas.

30: Sándwiches de pollo; sándwiches que contienen pollo; salsas para carne de pollo; wraps de pan; wrap [rollos de sándwich]; mezclas de salsas; salsas [condimentos]; salsas para pollo; salsa para alitas de pollo; salsas para carnes a la parrilla; burritos mexicanos; perros calientes.

43: Servicios de restaurantes; Servicios de restauración (alimentación); servicios de bar; servicios de bares de comida rápida; servicios de cafeterías; servicios de catering; servicios de banquetes; servicios de bebidas y comidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de comedores.

Ref. Expediente N° SD2025/0074426

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 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	Vigencia
Mixta	CRONCHIS	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	9231799630	7	30	Marca	30 abr. 2035
Mixta	CRONCH	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	11030601	9	30	Marca	24 ago. 2031
Mixta	ROSQUITAS CRONCH	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	SD2019/0052036	11	29, 30	Marca	02 jun. 2030

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° SD2025/0074426

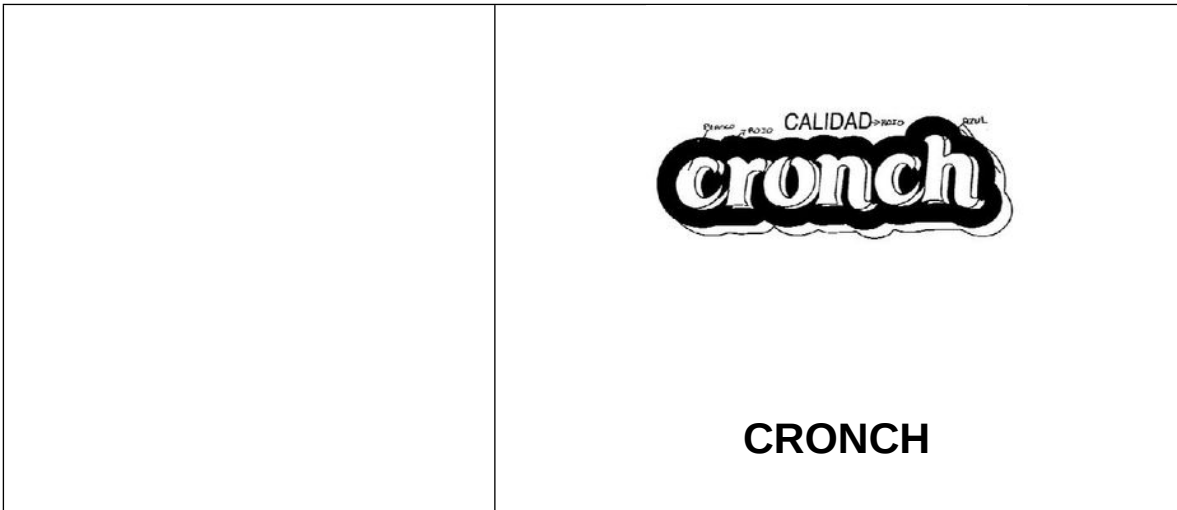
Mixta	CRONCH(La expresion CALIDAD ira como explicativa)	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	95054254	7	29	Marca	01 mar. 2036
Nominativa	CRONCH	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	94005297	7	30	Marca	17 jun. 2034
Nominativa	CRONCH	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	94009828	7	29	Marca	02 nov. 2029
Mixta	CRONCH(La expresion CALIDAD ira como explicativa)	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	95054253	7	30	Marca	01 mar. 2036

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	



Ref. Expediente N° SD2025/0074426



Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, con respecto a la comparación entre marcas mixtas, 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 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, con respecto a la comparación entre marcas nominativas y mixtas, 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

Ref. Expediente N° SD2025/0074426

como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Análisis comparativo

Tratándose de signos mixtos, esta Dirección observa que el elemento denominativo suele constituir el componente de mayor aptitud distintiva y recordación en el mercado, razón por la cual el cotejo se centra principalmente en “KOKORIKO KRONCH” frente a la familia de marcas “CRONCH”, sin perjuicio de que los aportes gráficos puedan reforzar la impresión global. Desde la perspectiva visual y ortográfica, al comparar sucesivamente y en conjunto, se advierte coincidencia relevante en la secuencia “KRONCH/CRONCH”, de longitud similar y con identidad en la terminación “RONCH”, variando únicamente el grafema inicial “K/C”, diferencia que no desvirtúa la cercanía por conservarse el mismo cuerpo central y final, con patrón silábico equivalente y alta semejanza estructural.

En el plano fonético, esta Dirección advierte que “KRONCH” y “CRONCH” presentan una pronunciación probable en español prácticamente coincidente, con conservación de la misma cadencia y de los fonemas dominantes en la secuencia “-ronch”, y una diferencia inicial mínima que, en la dinámica de la comunicación oral, tiende a neutralizarse por la similitud del ataque consonántico y la identidad de la terminación; así, el consumidor podría referir y recordar ambos signos por el mismo núcleo sonoro, lo que incrementa la proximidad auditiva y la posibilidad de confusión en escenarios de solicitud, recomendación o compra verbal.

De lo anterior se desprende que, integradas las semejanzas visuales y fonéticas dominantes derivadas de la coincidencia sustancial “KRONCH/CRONCH”, y reforzada la cercanía conceptual cuando resulte pertinente, los signos en cotejo son similarmente confundibles y, por ende, susceptibles de generar riesgo de confusión directa o indirecta y/o de asociación respecto del origen empresarial, en la medida en que el consumidor puede estimar que provienen de una misma empresa o de empresas vinculadas, especialmente al identificar en ambos el mismo elemento denominativo nuclear.

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.

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° SD2025/0074426

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

29: Pollo; alas de pollo; buñuelos de pollo; croquetas de pollo; ensaladas de pollo; hamburguesas de pollo; muslos de pollo; nuggets de pollo; filetes de pechuga de pollo; hamburguesas [filetes] de pollo; patas de pollo para consumo humano; aperitivos congelados compuestos principalmente de pollo; comidas preparadas compuestas principalmente de pollo; platos preparados compuestos principalmente de pollo; platos preparados principalmente a base de pollo; pollo y bolas de masa guisada a base de patata; papas fritas; papas fritas a la francesa; pasabocas a base de yuca; patatas fritas de Yuca; croquetas de papas; pasabocas a base papas; snacks a base de papas; refrigerios a base de papas.

30: Sándwiches de pollo; sándwiches que contienen pollo; salsas para carne de pollo; wraps de pan; wrap [rollos de sándwich]; mezclas de salsas; salsas [condimentos]; salsas para pollo; salsa para alitas de pollo; salsas para carnes a la parrilla; burritos mexicanos; perros calientes.

43: Servicios de restaurantes; Servicios de restauración (alimentación); servicios de bar; servicios de bares de comida rápida; servicios de cafeterías; servicios de catering; servicios de banquetes; servicios de bebidas y comidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de comedores.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente No. 9231799630.

(30): Tortillas, productos de maíz en forma de granulado o harina, salsas, maní, trocillos de harina de trigo fritos, productos de panadería, con exclusión expresa de galletería extruidos, productos y snacks recubiertos de chocolate; productos comprendidos en la clase 30 del Decreto 755 de 1972.

Expediente No. 11030601.

(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, incluyendo: papas fritas, yuca frita, plátano frito y chicharrones.

Expediente No. SD2019/0052036.

(29): Carne, pescado, aves de corral y caza; extractos de carne; frutas y verduras en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles; pasabocas (snacks) compuestos principalmente de papas, nueces, productos de frutos secos, semillas, frutas, verduras o combinaciones de los mismos, incluidas papas chips, papas crujientes, chips de fruta, pasabocas (snacks) a base de frutas, productos esparcibles a base de frutas, chips vegetales, pasabocas (snacks) a base de verduras, productos esparcibles a base de vegetales, chips de taro, pasabocas (snacks) de cerdo, pasabocas (snacks) de carne, pasabocas (snacks) a base de soya.

(30): Café, té, cacao y café artificial; arroz; tapioca y sagú; harina y preparaciones hechas de cereales; pan, pastelería y confitería; helados; miel, melaza; levadura, polvo para

Ref. Expediente N° SD2025/0074426

hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo; pasabocas (snacks) compuestos principalmente de granos, maíz, cereal o combinaciones de los mismos, incluyendo chips de maíz, chips de tortilla, chips de pita, chips de arroz, pasteles de arroz, galletas de arroz, galletas saladas, rosquillas, pasabocas (snacks) inflados, palomitas de maíz, palomitas de maíz confitadas, maníes confitados, salsas para pasabocas (snacks), salsas, pasabocas en barra (snacks en barra).

Expediente No. 95054254.

(29): papas fritas, yuca frita, platano frito, chicharron de tocino de cerdo, name frito, arracacha frita, productos comprendidos en la clase 29 de la clasificación internacional de niza.

Expediente No. 94005297.

(30): Productos de maíz en forma de granulado o de harina de trigo fritos, productos de panadería, con exclusión expresa de galletería, extruidos, productos y snacks recubiertos de chocolate.

Expediente No. 94009828.

(29): papas fritas, yuca frita, platano frito, chicharron de tocino de cerdo, name frito, arracacha frita.

Expediente No. 95054253.

(30): tortillas, productos de maíz en forma granulada o harina, salsas, mani, trocillos de harina de trigo fritos, productos de panadería, con exclusión expresa de galletería, extruidos productos y snacks recubiertos de chocolate.

Conexidad, en virtud de la identidad, entre los productos de las clases 29 y 30 objeto de comparación.

Esta Dirección encuentra que existe identidad entre los productos que el signo objeto de registro pretende identificar y los que la marca previamente registrada ya reivindica. En ese sentido, no deviene necesario realizar un examen de conexidad competitiva entre las coberturas relacionadas por ambos signos, pues el riesgo de confusión se desprende de la identidad que existe entre los productos comparados. En este caso, ambos signos incluyen dentro de su cobertura las carnes de la clase 29 y las salsas de la clase 30 internacional.

Análisis de conexidad competitiva entre los servicios de restaurantes de la clase 43 del signo solicitado y el café de la clase 30 del signo antecedente, en virtud del criterio de razonabilidad.

Esta Dirección estima procedente aplicar el criterio de razonabilidad, en tanto la relación entre las coberturas enfrentadas se explica de manera más precisa desde la realidad del mercado y la expectativa verosímil de diversificación empresarial, dado que un consumidor medio puede atribuir a un mismo origen empresarial la oferta de café y la prestación de servicios de restaurante, sin que sea imprescindible que concurra una dependencia funcional estricta entre ambos.

El criterio de razonabilidad, conforme al entendimiento reiterado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, se configura cuando, atendiendo a la práctica comercial y a la lógica del mercado, un consumidor razonable podría atribuir a un mismo origen

Ref. Expediente N° SD2025/0074426

empresarial la oferta de productos o servicios distintos, por existir una expectativa plausible de expansión de línea, diversificación de portafolio o vínculo comercial entre tales actividades, de modo que se genere asociación respecto de su procedencia.

Bajo dicha óptica, se observa que el café, como producto de consumo masivo, se comercializa tanto en su forma empacada para preparación doméstica como en modalidades asociadas a experiencias de consumo fuera del hogar, incluyendo su oferta en establecimientos gastronómicos. En la dinámica contemporánea del mercado es habitual que operadores del sector de alimentos y bebidas amplíen su presencia mediante líneas de producto (p. ej., café en grano o molido, bebidas listas para consumir) y, correlativamente, que marcas de café incursionen en la prestación de servicios de restauración o de consumo en sitio, mediante puntos de venta, espacios de degustación o conceptos gastronómicos que integran el café como eje o componente relevante. En consecuencia, el consumidor medio puede considerar razonable que los servicios de restaurantes y el café provengan de una misma organización empresarial o de empresas vinculadas, en razón de la esperable convergencia comercial entre la fabricación/comercialización de bebidas y la prestación de servicios de alimentación.

Como refuerzo de lo anterior, esta Dirección advierte que tales coberturas se desenvuelven en entornos próximos de mercado, al concurrir en canales de comercialización y distribución que se intersectan en el sector de alimentos y bebidas, en puntos de acceso donde el consumidor adquiere tanto experiencias gastronómicas como bebidas específicas, y en medios de publicidad que suelen apelar a atributos coincidentes (calidad, origen, sabor, experiencia). A su vez, el público objetivo es ampliamente convergente —consumidor general— y los hábitos de aprovisionamiento permiten que la elección de un restaurante se asocie con la elección de productos emblemáticos como el café, factores auxiliares que, valorados desde la perspectiva del consumidor medio, robustecen la apreciación de conexidad competitiva.

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 KOKORIKO KRONCH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional de Niza⁵,

⁵ **29:** Pollo; alas de pollo; buñuelos de pollo; croquetas de pollo; ensaladas de pollo; hamburguesas de pollo; muslos de pollo; nuggets de pollo; filetes de pechuga de pollo; hamburguesas [filetes] de pollo; patas de pollo para consumo humano; aperitivos congelados compuestos principalmente de pollo; comidas preparadas compuestas principalmente de pollo; platos preparados compuestos principalmente de pollo; platos preparados principalmente a base de pollo; pollo y bolas de masa guisada a base de patata; papas fritas; papas fritas a la francesa; pasabocas a base de yuca; patatas fritas de Yuca; croquetas de papas; pasabocas a base papas; snacks a base de papas; refrigerios a base de papas.

30: Sándwiches de pollo; sándwiches que contienen pollo; salsas para carne de pollo; wraps de pan; wrap [rollos de sándwich]; mezclas de salsas; salsas [condimentos]; salsas para pollo; salsa para alitas de pollo; salsas para carnes a la parrilla; burritos mexicanos; perros calientes.

43: Servicios de restaurantes; Servicios de restauración (alimentación); servicios de bar; servicios de bares de comida rápida; servicios de cafeterías; servicios de catering; servicios de banquetes; servicios de bebidas y comidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de comedores.

Ref. Expediente N° SD2025/0074426

solicitada por COMPAÑÍA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABANA AVESCO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca KOKORIKO KRONCH (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 30 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por COMPAÑÍA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABANA AVESCO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca KOKORIKO KRONCH (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por COMPAÑÍA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABANA AVESCO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a COMPAÑÍA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABANA AVESCO 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 QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 18 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 29: Pollo; alas de pollo; buñuelos de pollo; croquetas de pollo; ensaladas de pollo; hamburguesas de pollo; muslos de pollo; nuggets de pollo; filetes de pechuga de pollo; hamburguesas [filetes] de pollo; patas de pollo para consumo humano; aperitivos congelados compuestos principalmente de pollo; comidas preparadas compuestas principalmente de pollo; platos preparados compuestos principalmente de pollo; platos preparados principalmente a base de pollo; pollo y bolas de masa guisada a base de patata; papas fritas; papas fritas a la francesa; pasabocas a base de yuca; patatas fritas de Yuca; croquetas de papas; pasabocas a base papas; snacks a base de papas; refrigerios a base de papas.

30: Sándwiches de pollo; sándwiches que contienen pollo; salsas para carne de pollo; wraps de pan; wrap [rollos de sándwich]; mezclas de salsas; salsas [condimentos]; salsas para pollo; salsa para alitas de pollo; salsas para carnes a la parrilla; burritos mexicanos; perros calientes.

43: Servicios de restaurantes; Servicios de restauración (alimentación); servicios de bar; servicios de bares de comida rápida; servicios de cafeterías; servicios de catering; servicios de banquetes; servicios de bebidas y comidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de comedores.

⁷ 29: Pollo; alas de pollo; buñuelos de pollo; croquetas de pollo; ensaladas de pollo; hamburguesas de pollo; muslos de pollo; nuggets de pollo; filetes de pechuga de pollo; hamburguesas [filetes] de pollo; patas de pollo para consumo humano; aperitivos congelados compuestos principalmente de pollo; comidas preparadas compuestas principalmente de pollo; platos preparados compuestos principalmente de pollo; platos preparados principalmente a base de pollo; pollo y bolas de masa guisada a base de patata; papas fritas; papas fritas a la francesa; pasabocas a base de yuca; patatas fritas de Yuca; croquetas de papas; pasabocas a base papas; snacks a base de papas; refrigerios a base de papas.

30: Sándwiches de pollo; sándwiches que contienen pollo; salsas para carne de pollo; wraps de pan; wrap [rollos de sándwich]; mezclas de salsas; salsas [condimentos]; salsas para pollo; salsa para alitas de pollo; salsas para carnes a la parrilla; burritos mexicanos; perros calientes.

43: Servicios de restaurantes; Servicios de restauración (alimentación); servicios de bar; servicios de bares de comida rápida; servicios de cafeterías; servicios de catering; servicios de banquetes; servicios de bebidas y comidas; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de comedores.