

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 20036

Ref. Expediente N° SD2025/0046304

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 4 de junio de 2025, KINTO ELEMENTO S.A.S, solicitó el registro de la Marca KINTO ELEMENTO COCINA NIKKEI (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. 1070, 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 servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

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,

¹ **43:** Reserva en restaurantes; restaurantes de comidas selectas; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicios de bares y restaurantes; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios de hoteles, restaurantes y cafés; servicios de bares y de catering; servicios de catering. Servicios de restauración (alimentación).

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0046304

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	Estado	Vigilancia
Nominativa	QUINTO NIVEL	COCO’S RELAX S.A.S. ZOMAC	SD2022/0009887	11	43	Marca	Registrada	27/09/2032
Mixta	QUINTO COCINA	JAIRO ALEJANDRO YAGUARA RODRIGUEZ	SD2018/0090352	11	43	Marca	Registrada	10/07/2029
Mixta	QUINTO ELEMENTO TRAVEL	QUINTO ELEMENTO TRAVEL SAS	SD2023/0056612	12	35, 39, 43	Marca	Registrada	28/01/2036

Los signos a comparar son los siguientes:

•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° SD2025/0046304

El signo solicitado	Las marcas registradas
	QUINTO NIVEL (Nominativa) 

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, 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 como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Así mismo 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”.



Ref. Expediente N° SD2025/0046304

Análisis comparativo

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

Al analizar en conjunto las denominaciones “**KINTO ELEMENTO COCINA NIKKEI**” (signo solicitado) y “**QUINTO NIVEL**” (marca registrada), se advierte que presentan similitudes relevantes desde los puntos de vista fonético y ortográfico.

Desde el punto de vista fonético, los términos “**KINTO**” y “**QUINTO**” presentan una pronunciación prácticamente idéntica, dado que la sustitución de la letra “K” por el dígrafo “QU” no altera sustancialmente su sonoridad. En consecuencia, ambos signos comparten una estructura fonética coincidente que podría inducir a error o asociación en la percepción auditiva del consumidor medio.

En el aspecto ortográfico, si bien existen diferencias gráficas en la forma de escritura principalmente en el uso de “K” frente a “QU”—, dichas variaciones no resultan suficientes para desvirtuar la similitud global entre los signos, especialmente considerando que el término “KINTO” constituye una reproducción casi directa, en grafía alternativa, de la palabra “QUINTO”. Asimismo, los elementos adicionales “ELEMENTO COCINA NIKKEI” que integran el signo solicitado no logran neutralizar dicha semejanza, en tanto el consumidor tiende a centrar su atención en el elemento distintivo predominante.

Asimismo, al comparar las denominaciones “**KINTO ELEMENTO COCINA NIKKEI**” (signo solicitado) y “**QUINTO COCINA**” (marca registrada), este Despacho advierte que presentan similitudes relevantes desde los puntos de vista fonético, ortográfico y conceptual.

Desde el punto de vista fonético, los términos “**KINTO**” y “**QUINTO**” resultan prácticamente idénticos en su pronunciación, toda vez que la diferencia gráfica entre la letra “K” y el dígrafo “QU” no incide de manera sustancial en su sonoridad. Adicionalmente, ambos signos comparten el vocablo “**COCINA**”, lo que refuerza la similitud auditiva global al momento de ser percibidos por el consumidor medio.

En cuanto al aspecto ortográfico, si bien se evidencian diferencias en la escritura de “KINTO” frente a “QUINTO”, tales variaciones no son suficientes para eliminar la semejanza entre los signos, dado que se trata de formas gráficas alternativas de una misma expresión. A ello se suma la coincidencia literal del término “COCINA”, que contribuye a una impresión visual semejante en su conjunto. Los elementos adicionales “ELEMENTO” y “NIKKEI” no logran desvirtuar dicha similitud, pues el consumidor suele centrar su atención en los componentes más distintivos y coincidentes.

Desde la perspectiva conceptual, ambos signos evocan la idea de “quinto”, asociada al número ordinal cinco, lo que genera una identidad conceptual clara. Asimismo, la presencia del término “COCINA” en ambas denominaciones refuerza la idea de servicios relacionados con la gastronomía, incrementando la probabilidad de asociación en la mente del consumidor.

A su vez, al analizar las denominaciones “**KINTO ELEMENTO COCINA NIKKEI**” (signo solicitado) y “**QUINTO ELEMENTO TRAVEL**” (marca registrada), este Despacho advierte que presentan similitudes relevantes desde los puntos de vista ortográfico y fonético.

Ref. Expediente N° SD2025/0046304

Desde el punto de vista ortográfico, ambos signos comparten la expresión “**ELEMENTO**”, que constituye un componente claramente distintivo dentro de las denominaciones comparadas. Asimismo, los términos “**KINTO**” y “**QUINTO**” presentan una estructura gráfica altamente semejante, diferenciándose únicamente por la sustitución de las letras “**K**” y “**QU**”, variación que no resulta suficiente para generar una impresión distinta en el consumidor.

En cuanto al aspecto fonético, la pronunciación de “**KINTO**” y “**QUINTO**” es sustancialmente idéntica, lo que refuerza la semejanza auditiva de los signos, máxime cuando ambos inician con dicha expresión y continúan con la palabra coincidente “**ELEMENTO**”.

Si bien el signo solicitado incorpora las expresiones “COCINA NIKKEI”, tales elementos poseen un carácter esencialmente descriptivo respecto del tipo de servicio que se pretende distinguir, en tanto hacen referencia directa a una propuesta gastronómica específica la cocina nikkei⁴, reconocida por la fusión de tradiciones culinarias japonesa y peruana. En esa medida, dichos términos no ostentan una fuerza distintiva relevante dentro del conjunto marcario, pues el consumidor los percibirá como indicativos de la naturaleza o especialidad del servicio y no como el elemento identificador del origen empresarial.

En consecuencia, el núcleo distintivo del signo solicitado recae en la expresión “**KINTO ELEMENTO**”, la cual guarda una marcada similitud gráfica y fonética con la marca registrada “**QUINTO ELEMENTO**”, reforzando la impresión de conjunto semejante y, por ende, el riesgo de confusión en el mercado.

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

⁴<https://www.teka.com/es-es/inspiracion/recetas-y-gastronomia/que-es-la-cocina-nikkei/>

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:

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° SD2025/0046304

Clase 43: Reserva en restaurantes; restaurantes de comidas selectas; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicios de bares y restaurantes; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios de hoteles, restaurantes y cafés; servicios de bares y de catering; servicios de catering. Servicios de restauración (alimentación).

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2022/0009887 clase 43: Alojamiento en hoteles; hospedaje en hoteles; organización de comidas en hoteles; servicios de catering para hoteles; servicios de hotel, restaurante, cafetería y bar; servicios de hoteles de vacaciones; servicios de hoteles, bares y restaurantes; servicios de hoteles, restaurantes y catering; alquiler de habitaciones en cuanto alojamiento temporal; organización de alojamiento en hoteles; reserva de alojamiento en hoteles; servicios de alojamiento en centros vacacionales; servicios de alojamiento en hoteles; servicio de comidas y bebidas para huéspedes; servicios de alojamiento temporal y suministro de comidas y bebidas para huéspedes; servicios de bebidas y comidas preparadas; suministro de comidas y bebidas para huéspedes; suministro de comidas y bebidas y alojamiento temporal; suministro de comidas y bebidas y hospedaje temporal; suministro de comidas y bebidas, así como servicios de hospedaje temporal para huéspedes; suministro de alimentos y bebidas; suministro de bebidas alcohólicas; alquiler de alojamiento temporal; puesta a disposición de alojamientos de vacaciones; servicios de suministro de comidas y bebidas, así como servicios de alojamiento temporal.

Expediente SD2018/0090352 clase 43: Prestación de servicios de restaurante; restaurantes de autoservicio; restaurantes de comidas selectas; restaurantes con servicio de reparto a domicilio; servicio de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicios de bares y restaurantes; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y cafeterías; servicios de cafeterías y restaurantes; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; servicios de hoteles, bares y restaurantes; servicios de hoteles, restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios de hoteles, restaurantes y cafés; servicios de hotel y restaurante; servicios de reserva de hoteles, restaurantes y alojamientos de vacaciones; servicios de reserva de restaurantes; servicios de reserva de restaurantes prestados por agencias de viajes; servicios de restaurantes; servicios de restaurantes de autoservicio; servicios de restaurantes, bares y catering; servicios de restaurantes, bares y coctelerías; servicios de restaurantes de comida española; servicios de restaurantes de comida japonesa; servicios de restaurantes de comidas para llevar; servicios de restaurantes de comidas rápidas y de cocina ininterrumpida; servicios de restaurantes y cafés; servicios de restaurantes y de catering; suministro de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; suministro de comidas y bebidas en restaurantes y bares.

Expediente SD2023/0056612 clase 35: Asesoramiento sobre turismo y viajes; organización de eventos comerciales; servicios de agencias de reservas de personalidades deportivas para eventos.

Clase 39: Facilitación de información de viaje relacionada con el turismo; suministro de información de viaje relacionada con el turismo; reserva de viajes a través de oficinas de turismo; servicios de organización de viajes prestados por agencias de turismo; servicios de información y reserva en línea en el ámbito del turismo.

Clase 43: Servicios de agencias de turismo para la reserva de alojamientos; reserva de alojamiento temporal prestados por agencias de turismo; reserva de hospedaje temporal prestados por agencias de turismo.

Ref. Expediente N° SD2025/0046304

Conexión competitiva entre los mismos servicios de la clase 43 internacional – Expedientes SD2022/0009887 y SD2018/0090352

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos o servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial.

No obstante, en el presente caso no cabe duda acerca de la relación existente entre los signos confrontados, toda vez que ambos distinguen servicios de naturaleza idéntica o estrechamente vinculada, comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional. En efecto, se observa que los signos cotejados identifican servicios tales como: “restaurantes, bares, cafés y, en general, servicios de alimentación y hospedaje”, por lo cual el consumidor puede elegir entre unos u otros para satisfacer la misma necesidad. Con ello, se acredita lo dispuesto por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

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”⁶.

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 o 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 o servicios, lo cual no se da en el presente caso.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 43 internacional – Expediente SD2023/0056612

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección advierte la existencia de conexión competitiva entre los servicios amparados por la marca registrada a saber, “servicios de agencias de turismo para la reserva de alojamientos; reserva de hospedaje temporal prestados por agencias de turismo, entre otros” y aquellos que pretende reivindicar la marca solicitada, consistentes en “reserva en restaurantes; restaurantes de comidas selectas; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicios de bares y restaurantes; servicios de hoteles, restaurantes y cafés; entre otros”.

En primer lugar, existe complementariedad, en tanto los servicios de alojamiento y los servicios de restauración suelen prestarse de manera conjunta dentro del sector turístico y hotelero, respondiendo a necesidades conexas del mismo consumidor. En segundo lugar, se observa identidad o afinidad en el público objetivo, compuesto por usuarios que requieren soluciones integrales de hospedaje y alimentación, especialmente en contextos de viaje o turismo.

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 153-IP-2004.

Ref. Expediente N° SD2025/0046304

Adicionalmente, concurren en canales de comercialización similares, tales como plataformas digitales, agencias de viajes, portales de reservas y establecimientos físicos que ofrecen servicios integrados, lo que puede llevar al consumidor a considerar que provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un riesgo confusión en el mercado.

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 KINTO ELEMENTO COCINA NIKKEI (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por KINTO ELEMENTO S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a KINTO ELEMENTO S.A.S, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada 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 20 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ 43: Reserva en restaurantes; restaurantes de comidas selectas; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicios de bares y restaurantes; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; restaurantes, cafés-restaurantes y bares; servicios de hoteles, restaurantes y cafés; servicios de bares y de catering; servicios de catering. Servicios de restauración (alimentación).