

Señores
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
Dirección de Signos Distintivos
E. S. D.

Referencia: Aviso de irregistrabilidad
Marca: HOTEL HR ROSALES SUITES (Mixta)
Clase solicitada: 43 Internacional
Expediente: SD2025/0036012

Juliana González G., mayor de edad, vecina de esta ciudad, identificada como aparece al pie de mi firma, actuando en calidad de apoderada de la Sociedad **INVERSIONES HOTELERAS ROSALES S.A.S.**, por medio del presente escrito interpongo Aviso de irregistrabilidad en contra de la solicitud de registro de la referencia.

I. HECHOS

- El día 21 de abril de 2025, el señor **Arnulfo Torres Ospina**, solicitó el registro de la marca **“HOTEL HR ROSALES SUITES”** (Mixta) –en adelante la marca solicitada, para identificar servicios de la clase 43 Internacional.
- Nuestra poderdante tiene legítimo interés para presentar este Aviso de Irregistrabilidad por las razones que se expondrán más adelante, toda vez que es titular de la marca que se expone a continuación, derecho que se afectaría con el eventual registro de la marca pretendida.

MARCA	CLASE	SOLICITUD	CERTIFICADO
HOTEL ROSALES PLAZA BOGOTÁ LE HOTELS 	CI 43: “Alojamiento en hoteles.”	07 jun. 2017	596681

II. AVISO DE IRREGISTRABILIDAD

El artículo 150 de la Decisión Andina 486 de la Comunidad Andina estableció que:

 Calle 66 No. 11-50 Of. 503 Bogotá, Colombia  +57 601 467 49 08 / +57 300 264 84 15

 contacto@gdle.com.co www.gdle.com.co 

“Artículo 150.- Vencido el plazo establecido en el artículo 148, o si no se hubiesen presentado oposiciones, la oficina nacional competente procederá a realizar el examen de registrabilidad. En caso se hubiesen presentado oposiciones, la oficina nacional competente se pronunciar  sobre éstas y sobre la conces n o denegatoria del registro de la marca mediante resolución”¹.

De acuerdo con ello, la oficina nacional competente deberá efectuar un examen de oficio tendiente a determinar si el signo solicitado es registrable o no, esto es, verificando que el signo solicitado cumpla, entre otras, con los requisitos intr secos de los que trata el artículo 135 de la Decisión Andina 486 de 2000 y, que el signo solicitado no se asemeje con aquellos que reposan en las bases de datos de la entidad en los términos del artículo 136 ibidem.

Así, pese a que terceros no hubieren promovido oposición dentro del término de publicación de treinta (30) días del que trata el artículo 146 de la Decisión 486 de 2000, estos podrán promover alerta de irregistrabilidad ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Lo anterior, en aras de que dentro del examen de registrabilidad que realiza esta Superintendencia, se valoren hechos que podrian violentar la normatividad comunitaria y, por ende, los derechos de terceros.

III. MOTIVOS QUE SUSTENTAN EL PRESENTE AVISO DE IRREGISTRABILIDAD

1. Uso exclusivo sobre la expresión “ROSALES” en la clase 43

Previo a desarrollar los argumentos del presente aviso de irregistrabilidad, es pertinente resaltar la exclusividad del signo registrado por nuestra poderdante, “HOTEL ROSALES PLAZA BOGOTÁ LE HOTELS” en el sector hotelero, especialmente sobre la denominación “ROSALES”. Lo anterior, toda vez que al realizar la búsqueda en la base de datos SIPI de la Superintendencia de Industria y Comercio, dentro de la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza, se evidencia que la única marca registrada con la denominación “ROSALES” corresponde a la de titularidad de nuestra poderdante:

¹ COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA. Decisión 486 (14, septiembre, 2000). Artículo 150.

Denominación:

Puede utilizar como comodín los caracteres (*) y (?) para ampliar su búsqueda.

Utilice AND para realizar búsquedas por combinación de palabras. Por ejemplo: LIMÓN AND VERDE o QUESO AND LECHE AND CHOCOLATE. Recuerde incluir el operador AND entre cada palabra que desea combinar.

Utilice OR para realizar búsquedas con alguno de los términos utilizados. Por ejemplo la búsqueda LIMÓN OR VERDE mostrará resultados que contengan la expresión LIMÓN o la expresión VERDE. Recuerde incluir el operador OR entre cada palabra que desea buscar.

Utilice comillas para realizar búsquedas de expresiones exactas. Por ejemplo: "LIMÓN VERDE" mostrará como resultado LIMÓN VERDE únicamente.

Utilice asteriscos ** para obtener resultados que contengan los términos buscados así se encuentren incluidos o acompañados de otras palabras. Por ejemplo la búsqueda *QUESO* mostrará resultados como: requesoc; deliqueso; quesopress; quesos.

Tipo de solicitud:

Naturaleza:

Descripción de productos y/o servicios (texto libre):

Solicitante/Titular:

Fecha de Presentación: desde hasta

Registrado / Protegido en: desde hasta

Número de prioridad/exposición:

País de prioridad:

Número de Registro Internacional:

Fecha de orden de publicación: desde hasta

Tipo de Signo:

Estado(s):

Versión de la Clasificación de Niza:

Referencia del solicitante:

Fecha de publicación: desde hasta

Vigencia: desde hasta

Fecha de prioridad: desde hasta

Con/Sin Oposición:

Representante Internacional:

Clase(s) de productos y/o servicios:

Descripción	Tipo de solicitud	Activo
Registrada	SD Solicitud de Signos Distintivos	Yes Suprimir
Registrada	SD Solicitud de Registro Internacional	Yes Suprimir
Registrada	SD Solicitud de Extensión Territorial	Yes Suprimir

Seleccionar:

1 Signos Distintivos

Expediente No.	Certificado No.	Denominación	Etiqueta	Vigencia	Estado(s)	Titular	Clase(s)	Número de la gaceta
☐ SD2017/0042352	596681	HOTEL ROSALES PLAZA BOGOTÁ LE HOTELS		26 Jun. 2028	Registrada	INVERSIONES HOTELERAS ROSALES SOCIEDAD ANONIMA	43	808

Esto, además de permitirnos afirmar que el signo “ROSALES” goza de la protección legal que le brinda el registro de marca, implica que la expresión “ROSALES” constituye un elemento totalmente distintivo y exclusivo dentro del sector, cuya apropiación por parte de terceros generaría un indebido aprovechamiento del reconocimiento alcanzado por nuestra representada.

Así las cosas, es claro que cualquier intento de registro posterior que reproduzca dicho elemento distintivo dentro del mismo sector afectará indiscutiblemente su distintividad en contra de los derechos que ostenta nuestro poderdante.

2. Trayectoria de la marca “HOTEL ROSALES PLAZA BOGOTÁ LE HOTELS” en el sector hotelero

El Hotel Rosales Plaza Bogotá cuenta con una amplia trayectoria en el sector hotelero, respaldada por más de veinte años de presencia continua en el mercado. Su establecimiento de comercio se encuentra matriculado desde el 15 de junio de 2001, tal como se evidencia en el RUES²:

² <https://www.rues.org.co/detalle/04/0001096166>

Hotel Rosales Plaza Bogotá


Cerrar

Descripción general

Precios

Opiniones

Fotos

Acerca de

Resumen de opiniones de Google

4.6

★★★★★

1,192 opiniones

5 estrellas

4 estrellas

3 estrellas

2 estrellas

1 estrella

Opiniones en otros sitios de viajes



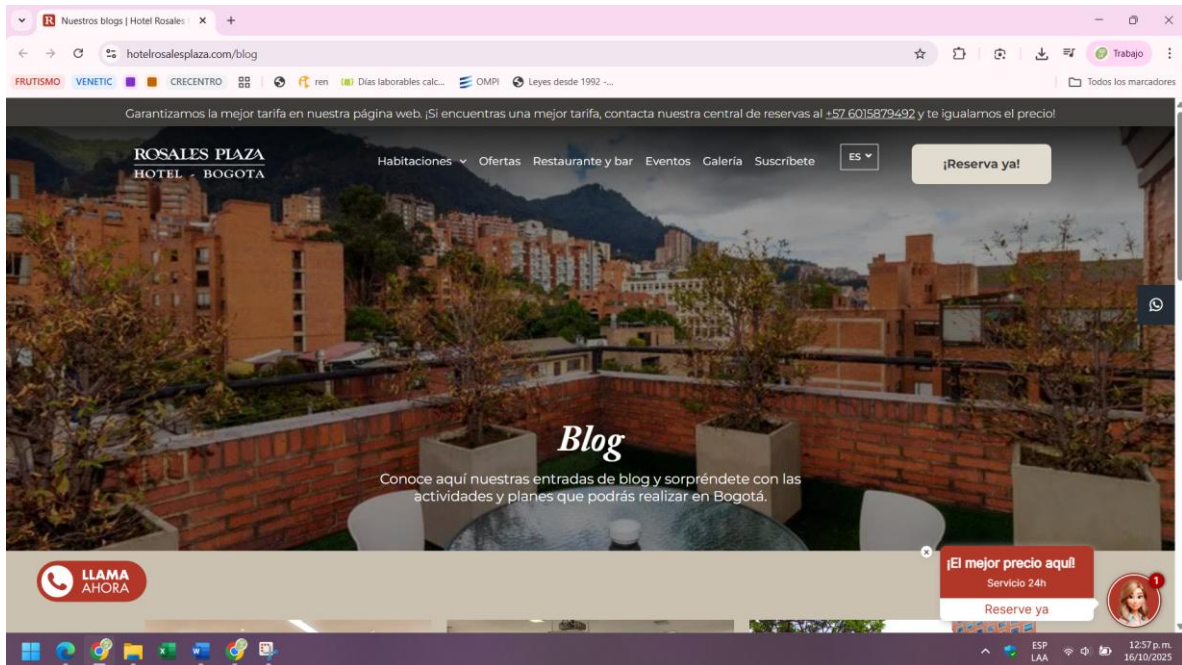
Tripadvisor

4.5/5

608 opiniones

Así como en su presencia activa en redes sociales:

Página Web: <https://www.hotelrosalesplaza.com/blog>



Instagram: https://www.instagram.com/rosales_plaza_hotel



D Calle 66 No. 11-50 Of. 503 Bogotá, Colombia T +57 601 467 49 08 / +57 300 264 84 15

C contacto@gdle.com.co www.gdle.com.co

Facebook: <https://www.facebook.com/HotelRosalesPlaza/>



**Hotel Rosales
Plaza**

3782 seguidores • 29 seguidos

WhatsApp

Enviar mensaje

Seguir

Esto demuestra el reconocimiento y posicionamiento con el cual cuenta la marca de nuestra poderdante en el mercado, por parte de los consumidores, quienes asociarán directamente la denominación “ROSALES” con el origen empresarial INVERSIONES HOTELERAS ROSALES. En ese sentido, el signo ha adquirido una fuerza distintiva relevante en el sector, la cual debe ser protegida frente a cualquier intento de registro posterior que reproduzca o evoque su denominación.

Permitir el registro de un signo similar podría generar un riesgo real de confusión o asociación en el mercado, afectando la trayectoria, reputación y los derechos adquiridos legítimamente por la titular de la marca registrada.

3. De la causal relativa de irregistrabilidad del artículo 136 literal a) de la Decisión Andina

Señala el artículo 136 de la Decisión Andina:

“Artículo 136.- 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;***

(...)⁴ (Se resalta).

Es decir, para que la causal señalada pueda aplicarse, deben concurrir dos (2) supuestos de hecho, los cuales son:

- I. **Que la marca solicitada** sea idéntica o **se asemeje a una marca anteriormente** solicitada o **registrada** y,
- II. **Que busque identificar los mismos productos/servicios** o productos/servicios respecto de los cuales el uso de la marca **pueda causar riesgo de confusión o de asociación.**

Frente al caso en cuestión, es evidente la concurrencia de los dos (2) supuestos de hecho anteriormente mencionados, toda vez que, el solicitante reproduce el elemento distintivo de la marca registrada por nuestra poderdante, sin que los elementos adicionales que la acompañen sean suficientes para que pueda predicarse su diferenciación en el mercado.

Aunado a lo anterior, el signo solicitado pretende distinguir servicios de la clase 43 Internacional, los cuales resultan ser intercambiables, complementarios y, por ende, conexamente competitivos con los servicios identificados por la marca previamente registrada.

3.1. Análisis de confundibilidad entre las marcas. La marca reproduce el elemento nominativo distintivo de la marca previamente registrada, por tanto, el riesgo de confusión y/o asociación es inminente.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, citado por la Superintendencia de Industria y Comercio, de manera reiterada ha establecido cuatro (4) reglas para el cotejo marcario, las cuales son:

⁴ COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA. Decisión 486 (14, septiembre, 2000). Artículo 136 literal a).

Regla 1.- La confusión resulta de la impresión de conjunto despertada por las marcas.

Regla 2.- Las marcas deben examinarse sucesivamente y no simultáneamente.

Regla 3.- Deben tenerse en cuenta las semejanzas y no las diferencias que existen entre las marcas.

Regla 4.- Quien aprecie el parecido debe colocarse en el lugar del comprador presunto y tener en cuenta la naturaleza de los productos. (Se resalta).

1.1. Sobre la naturaleza de los signos

En el presente caso, encontramos que las marcas en conflicto son de naturaleza mixta, por tanto, debemos realizar el estudio de registrabilidad atendiendo a lo dispuesto por la jurisprudencia, así:

“La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, por cuanto la práctica comercial demuestra que un consumidor solicita un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos. Sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.” (Se resalta)

• Cotejo de signos nominativos compuestos

“Al examinar un signo compuesto, la autoridad nacional deberá analizar el grado de distintividad de los elementos que lo componen, y así proceder al cotejo de los signos en conflicto.”

Sobre lo anterior el Tribunal ha manifestado:

“En el supuesto de solicitarse el registro como marca de un signo compuesto, caso que haya de juzgarse sobre su registrabilidad, habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que lo conforman. Existen vocablos que dotan al signo de ‘(...) la suficiente carga semántica que permita una eficacia particularizadora que conduzca a identificar el origen empresarial (...)’. (Sentencia del Proceso No 13-IP-2001, ya citada). Por tanto, si existe un nuevo vocablo que pueda claramente dar suficiente distintividad al signo, podrá ser objeto de registro.” (Proceso 50-IP-2005. Interpretación Prejudicial de 11

de mayo de 2005, publicada en Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 1217, de 11 de julio de 2005) [...]” (Subraya fuera de texto).

Así las cosas, procederemos a realizar el estudio de registrabilidad teniendo en cuenta las reglas citadas.

1.2. Análisis de los signos confrontados – Aplicación de las reglas de cotejo marcario

SIGNO SOLICITADO
HOTEL HR ROSALES SUITES 
MARCA REGISTRADA
HOTEL ROSALES PLAZA BOGOTÁ LE HOTELS 

Es menester señalar a este Despacho que, aun cuando la marca solicitada contiene las expresiones “HOTEL” y “SUITES” resultan ser estos elementos genéricos para los servicios que pretenden identificar, relacionados con: Hospedaje en hoteles.

Por su parte, la marca registrada se encuentra compuesta por las expresiones “HOTEL ROSALES PLAZA BOGOTÁ LE HOTELS”, siendo “ROSALES” y “LE” las de mayor recordación dentro del conjunto marcario, ya que las expresiones “HOTEL” y “PLAZA BOGOTÁ HOTELS” genéricos/descriptivos de los servicios que identifican, relacionados con: Alojamiento en hoteles.

Por lo anterior, el cotejo debe realizarse teniendo en cuenta las expresiones “HR ROSALES” vs. “ROSALES LE”.

Así las cosas, encontramos que son confundibles, debido a que presentan identidad en su aspecto conceptual y similitud en su aspecto gramatical, ortográfico y fonético, que derivan en una impresión cercana por parte del público consumidor. Lo anterior, por cuanto la marca que se pretende es gramatical y fonéticamente similar a la marca previamente registrada.

- **Identidad conceptual**

Lo primero que debemos advertir para desarrollar este argumento es que nos encontramos ante dos signos arbitrarios, ya que identifican servicios que no guardan relación con su denominación. Así lo ha establecido el Consejo de Estado en múltiples ocasiones, al señalar que las marcas arbitrarias *“no manifiestan conexión alguna entre su significado y la naturaleza, cualidades y funciones del producto que va a identificar”*.⁵ Esto refuerza la necesidad de brindarles una protección especial frente a cualquier riesgo de confusión con signos idénticos, como la marca solicitada.

Adicionalmente, atendiendo las reglas jurisprudenciales sobre la identidad conceptual, debe advertirse que el término “ROSALES” hace referencia a un tipo de arbusto, definido por la RAE en los siguientes términos:

rosal

Artículo

Del lat. *rosālis* 'perteneciente o relativo a la rosa'.

1. m. Arbusto tipo de la familia de las rosáceas, con tallos ramosos, generalmente llenos de aguijones, hojas alternas, ásperas, pecioladas, con estípulas, compuestas de un número impar de hojuelas elípticas, casi sentadas y aserradas por el margen, flores terminales, solitarias o en panoja, con cáliz aovado o redondo, corola de cinco pétalos redondos o acorazonados, y cóncavos, y muchos estambres y pistilos. Tiene por fruto una baya carnosa que el cáliz corona y muchas semillas menudas, elipsoidales y vellosas. Se llama así principalmente el cultivado, con rosas de muchos pétalos.

6

⁵ Consejo de Estado, Sección Primera. Sentencia de 13 de agosto de 2009, Rad.: 11001032400020030011101, Actor: MONTRES ROLEX S.A., M.P. María Claudia Rojas Lasso

⁶ <https://dle.rae.es/rosal?m=form>

En conclusión, la identidad conceptual entre los signos incrementa el riesgo de confusión y/o asociación por parte del público consumidor. Aunado a lo anterior, la marca registrada por nuestra poderdante merece protección reforzada, en tanto es arbitraria e indiscutiblemente sería asociada indebidamente con el signo solicitado.

- **Similitud gramatical**

Al aplicar las reglas de cotejo marcario, es indiscutible la similitud gramatical entre los signos mencionados, toda vez que el pretendido reproduce la expresión “ROSALES” previamente registrada por mi representada.

R	O	S	A	L	E	S	-	L	E
H	R	-	R	O	S	A	L	E	S

Las marcas cotejadas son similares en su aspecto gramatical y ortográfico, al contar con la misma extensión y cantidad de sílabas, similar cadena consonántica: R - S - L - S, y similar cadena vocálica: O - A - E. De tal manera que la única diferencia es la posición de las letras “HR” y “LE”, sin que estas impacten de manera relevante en la impresión del consumidor.

- **Similitud fonética**

Adicional a lo anterior, se debe tener en cuenta que la similitud fonética se presenta cuando las marcas al ser pronunciadas tienen un sonido igual o similar, el cual genera confusión al consumidor. En el presente caso es indudable la **similitud fonética**, pues es una consecuencia inevitable de la similitud gramatical mencionada.

Valga la pena realizar la individualización fonética de los signos, con fines a esclarecer cualquier duda que exista sobre la mencionada similitud, de la siguiente forma:

ROSALES LE / HR ROSALES / ROSALES LE / HR ROSALES
ROSALES LE / HR ROSALES / ROSALES LE / HR ROSALES
ROSALES LE / HR ROSALES / ROSALES LE / HR ROSALES

En el presente caso es indudable la similitud fonética, pues es una consecuencia inevitable de la similitud gramatical mencionada, lo cual deriva en un innegable riesgo de confusión y/o asociación por parte de los consumidores.

4. De la conexidad competitiva.

Observará el examinador que los servicios pretendidos por la marca solicitada son

intercambiables y complementarios con los servicios identificados por la marca de titularidad de nuestra poderdante, además, los consumidores podrían asumir razonablemente que los servicios amparados comparten el mismo origen empresarial, conllevando a un inherente riesgo de confusión.

Así las cosas, nos permitimos citar los servicios amparados por las marcas en cuestión:

SIGNO SOLICITADO	MARCA REGISTRADA
Clase 43: <i>“Hospedaje en hoteles; hospedaje temporal; hospedajes temporales; organización de hospedaje temporal; reserva de hospedaje temporal; reserva de hospedaje temporal en centros de vacaciones; reserva de hospedaje temporal en hoteles; reserva de hospedaje temporal prestados por agencias de turismo; reserva de hospedajes temporales; servicios de hospedaje en hoteles; servicios de hospedaje en hoteles y moteles; servicios de hospedaje temporal; servicios de hospedaje temporal en hoteles, moteles y pensiones; servicios de hospedaje temporal para huéspedes; servicios de hospedaje temporal y suministro de comidas y bebidas para huéspedes; servicios de hospedajes temporales; servicios de hospitalidad en cuanto hospedaje temporal; servicios de hospitalidad [hospedaje temporal]; servicios de recepción para hospedaje temporal [entrega de llaves]; servicios de reserva de hospedaje temporal; servicios de reserva de hospedajes temporales; servicios de suministro de comidas y bebidas, así como servicios de hospedaje temporal; suministro de comidas y bebidas, así como hospedaje temporal para clientes; suministro de comidas y bebidas, así como hospedaje temporal para huéspedes; suministro de comidas y bebidas y hospedaje temporal; suministro de hospedaje temporal; suministro de hospedajes temporales; suministro de información en línea en materia de comidas y bebidas, así como hospedaje temporal; suministro de información en materia de comidas y bebidas, así como hospedaje temporal; suministro de información sobre servicios de hospedaje temporal.”</i>	CI 43: <i>“Alojamiento en hoteles.”</i>

Vistas las coberturas, observar  el examinador que se cumplen los criterios sustanciales en

la relación competitiva existente entre las marcas confrontadas, como lo son la intercambiabilidad, complementariedad y la razonabilidad, toda vez que:

- i) Las marcas se encuentran en la misma clase del nomenclátor (Clase 43), causando que los servicios sean equivalentes e intercambiables, pues el consumidor que adquiere un servicio de hospedaje/alojamiento en un hotel, puede adquirir indistintamente los servicios de una marca y la otra, toda vez que ambos tienen la misma finalidad.
- ii) Los servicios solicitados por la marca pretendida son complementarios con la marca de nuestro poderdante, pues mientras los servicios identificados por la marca registrada identifican el alojamiento en hoteles, los servicios pretendidos facilitan, respaldan o amplían la experiencia del usuario al ofrecer servicios como la reserva, organización y gestión del hospedaje, así como el suministro de comidas, bebidas y servicios de recepción, lo que evidencia una clara relación funcional y de dependencia.
- iii) Es completamente razonable que, actualmente y con los avances del mercado, los consumidores asuman que los servicios pretendidos por la marca solicitada provienen del mismo origen empresarial que los servicios identificados y posicionados por la marca de titularidad de nuestra representada, conllevando a un inherente riesgo de confusión en el mercado, al pertenecer al mismo sector.
- iv) Al estar presentes ambas marcas en el mismo sector hotelero, distinguir servicios complementarios y compartir los mismos medios de publicidad y consumidor objetivo, son competidores directos, acrecentando el riesgo de confusión y/o asociación en consumidores.

Así las cosas, es evidente el riesgo de confusión/asociación que se presentaría de permitir el registro de la marca pretendida, pues los consumidores inevitablemente relacionarían el origen empresarial de ambos signos.

Además, debe tenerse en cuenta que la marca solicitada incorpora las letras “HR” antes de la denominación “ROSALES”, mientras que la marca registrada incluye el elemento “LE” después de dicha expresión. Esta coincidencia podría llevar al consumidor a pensar erróneamente que se trata de una nueva sede o extensión del mismo hotel, incrementando el riesgo de confusión o asociación indebida.

En este orden, es completamente razonable que los consumidores asuman que los

servicios pretendidos por la marca solicitada provienen del mismo origen empresarial que los servicios identificados por la marca de titularidad de nuestra representada, o al menos que entre uno y otro empresario existe alguna relación comercial, conllevando a un inherente riesgo de confusión y/o asociación en el mercado.

Por lo anteriormente expuesto y en cumplimiento a lo establecido en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de 2000, solicitamos a la Superintendencia de Industria y Comercio negar el registro de la marca “HOTEL HR ROSALES SUITES” (Mixta) en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza.

VI. NOTIFICACIONES

Seré notificada en la secretaría de su Despacho o en la Calle 66 No. 11-50 Oficina 503, en la Ciudad de Bogotá D.C.

Con el respeto acostumbrado,


GONZÁLEZ 
ESPRIELLA
ABOGADOS

JULIANA GONZÁLEZ GONZÁLEZ
C.C. No. 63.538.189 de Bucaramanga
T.P. No. 140.013 del C.S. de la J.