

REPÚBLICA DE COLOMBIA

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 32418

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el 8 de agosto de 2025, el **GRUPO EMPRESARIAL DELLA ROSA S.A.S BIC**, solicitó el registro de la Marca **LA QUINTA ECOTOURS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41, 42 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076 del 19 de agosto de 2025, la sociedad **REDITOS EMPRESARIALES S.A.**, presentó oposición al registro en las clases 41 y 42 del nomenclátor, con fundamento en la causal de irreregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

Clase 41

*“(…)3. La confundibilidad la basaremos con la denominación distintiva del signo solicitado y la denominación distintiva de la marca registrada **LA QUINTA**, las demás expresiones son explicativas del conjunto marcario.*

LA QUINTA vs LA QUINTA

**4.** Como consecuencia de lo anterior, la doctrina nos invita a revisar las causales de irreregistrabilidad comprendidas en la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina a los efectos de precisar cuáles aplican en el presente asunto.

*(…) Adicionalmente, de acuerdo con el Tribunal Andino de Justicia, en la Interpretación Prejudicial No. 67-IP-2001, dentro de la similitud ortográfica es relevante analizar diferentes aspectos, a partir de los cuales es dable concluir que las marcas confrontadas **son similarmente confundibles** desde el punto de vista ortográfico, como se evidencia a continuación:*

I. Longitud de la expresión nominativa distintiva

|                  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |
|------------------|---|---|--|---|---|---|---|---|---|
| Marca solicitada | L | A |  | Q | U | I | N | T | A |
| Letras           | 1 | 2 |  | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Marca registrada | L | A |  | Q | U | I | N | T | A |

II. Número de sílabas

|                  |           |
|------------------|-----------|
| Marca solicitada | LA QUINTA |
| Sílabas          | 3         |
| Marca registrada | LA QUINTA |
| Sílabas          | 3         |

<sup>1</sup> 41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.  
42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.  
43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

|                                         |               |
|-----------------------------------------|---------------|
| III. Secuencia de vocales y consonantes |               |
| Marca solicitada                        | LA QUINTA     |
| Vocales                                 | A - U - I - A |
| Consonantes                             | L - Q - N - T |
| Marca registrada                        | LA QUINTA     |
| Vocales                                 | A - U - I - A |
| Consonantes                             | L - Q - N - T |
| IV. Misma expresión distintiva          |               |
| Marca solicitada                        | LA QUINTA     |
| Marca registrada                        | LA QUINTA     |

De acuerdo con el cotejo presentado, no hace falta un mayor análisis para concluir que las expresiones distintivas del signo solicitado **LA QUINTA** y la de la marca registrada **LA QUINTA**, son iguales en el campo ortográfico, dado que: (i) la marca solicitada y registrada, coinciden en las expresiones distintivas y longitud (ii) las expresiones en conflicto están compuestas por el mismo número de sílabas **tres**; (iii) el signo solicitado como la marca registrada comparten la misma secuencia de vocales y consonantes **A - U - I - A, L - Q - N - T** (iv) el signo solicitado como la marca registrada comparten la misma expresión distintiva **LA QUINTA**.

(...) Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP- 100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, se observa que se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

**Razonabilidad:** Dada la cobertura de los signos enfrentados, encontramos que los servicios de entretenimiento, juegos, actividades deportivas y culturales del signo solicitado, están incluidos dentro de los servicios de la marca registrada, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de servicios conexos de la misma clase 41.

**Sustitución o intercambiabilidad:** los signos confrontados identifican servicios similares, por lo que estos tienen un mismo origen empresarial. En otras palabras, los servicios identificados por las marcas, podrían ser sustituidos por los servicios que identifica la marca solicitada, ya que los mismos son intercambiables en cuanto a su conexidad.

**Canales comerciales y publicitarios:** Junto con ello, dado el tipo de canales comerciales a través de los cuales estos servicios pueden ser ofrecidos por los mismos canales publicitarios empleados para su promoción, es claro que existe una relación entre los mismos, puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos establecimientos, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial, por lo que su registro no resulta procedente.

El Tribunal de Justicia ha sostenido que la identidad o la semejanza de los signos puede dar lugar a dos tipos de confusión: la directa, caracterizada porque el vínculo de identidad o semejanza induce al comprador a adquirir un producto o usar un servicio determinado en la creencia de que está comprando o usando otro, lo que implica la existencia de un cierto nexo también entre los productos o servicios; y la indirecta, caracterizada porque el citado vínculo hace que el consumidor atribuya, en contra de la realidad de los hechos, a dos productos o dos servicios que se le ofrecen, un origen empresarial común.”

Clase 42

“(…) Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP- 100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, se observa



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

*que se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.*

**Razonabilidad:** Dada la cobertura de los signos enfrentados, encontramos que los servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software del signo solicitado, están incluidos dentro de los servicios de las marcas registradas, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de servicios conexos de las clases 35, 36 y 41.

**Sustitución o intercambiabilidad:** los signos confrontados identifican servicios conexos, por lo que estos tienen un mismo origen empresarial. En otras palabras, los servicios identificados por las marcas, podrían ser sustituidos por los servicios que identifica la marca solicitada, ya que los mismos son intercambiables en cuanto a su conexidad.

**Canales comerciales y publicitarios:** Junto con ello, dado el tipo de canales comerciales a través de los cuales estos servicios pueden ser ofrecidos por los mismos canales publicitarios empleados para su promoción, es claro que existe una relación de conexidad entre los mismos, puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos establecimientos, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial, por lo que su registro no resulta procedente.

*El Tribunal de Justicia ha sostenido que la identidad o la semejanza de los signos puede dar lugar a dos tipos de confusión: la directa, caracterizada porque el vínculo de identidad o semejanza induce al comprador a adquirir un producto o usar un servicio determinado en la creencia de que está comprando o usando otro, lo que implica la existencia de un cierto nexo también entre los productos o servicios; y la indirecta, caracterizada porque el citado vínculo hace que el consumidor atribuya, en contra de la realidad de los hechos, a dos productos o dos servicios que se le ofrecen, un origen empresarial común.”*

Que dentro del término concedido para tal efecto, el **GRUPO EMPRESARIAL DELLA ROSA S.A.S BIC**, no dio respuesta a la oposición.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076 del 19 de agosto de 2025, la sociedad **LA QUINTA WORLDWIDE, LLC** presentó oposición al registro en clase 43 del nomenclátor, con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

*“(…) De acuerdo con el artículo 136 de la Decisión 486 del 2000, no podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero.*

*Para el presente caso, la marca previamente protegida por mi representada es **LA QUINTA** en la Clase 43 para los mismos servicios.*

*Dentro de las causales específicas consagradas por el artículo referido, se encuentra aquella que prohíbe el registro de signos idénticos o que se asemejen a una **marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero**, para los mismos servicios o servicios, o para servicios o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.*

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

*(...) En el presente caso, Ambas marcas contienen la palabra "LA QUINTA", que es el elemento más destacado y dominante en ambos nombres. La pronunciación de "LA QUINTA" en inglés es idéntica en ambas marcas, generando una fuerte similitud fonética y ortográfica. La adición de "ECOTOURS" no modifica significativamente la percepción auditiva ni visual, ya que son términos descriptivos y no tan distintivos ni preponderantes como "LA QUINTA". En efecto, "ECOTOURS" se percibe como un complemento visual secundario, pero no elimina el impacto visual principal de la reproducción del elemento distintivo LA QUINTA".*

*Así, desde una perspectiva orográfica, fonética y visual, existen semejanzas capaces de crear confusión entre los consumidores, en la medida en que la marca solicitada reproduce el elemento distintivo **LA QUINTA** de la marca de mi representada, sin que se adicione ningún elemento que le aporte distintividad, pues solo se diferencia en "ecotours".*

*(...) Adicionalmente, en el presente caso nos encontramos frente a servicios que están en la misma Clase 43 y que identifican servicios idénticos, por lo cual debe aplicarse la teoría de la interdependencia. En efecto, ambas marcas se relacionan con la misma categoría (prendas de vestir y sombrerería), lo que aumenta el riesgo de confusión. Así, si ambas operan en mercados similares (por ejemplo, moda casual, accesorios o estilo bohemio), los consumidores generarían una asociación indebida entre ellas.*

*De acuerdo con lo anterior, y teniendo en cuenta que en el presente proceso se encuentran demostrados los presupuestos para concluir que existe riesgo de confusión entre la marca solicitada y las marcas de mi representada, solicito a su Despacho que tenga probado el primero de los presupuestos para encontrar fundada la causal de irregistrabilidad invocada. Más aun teniendo en cuenta que la marca solicitada y las marcas base de la oposición son idénticas en cuanto a su elemento distintivo y, por ende, el riesgo de confusión y asociación por parte de los consumidores es inminente."*

Que dentro del término concedido para tal efecto, el **GRUPO EMPRESARIAL DELLA ROSA S.A.S BIC**, no dio respuesta a la oposición.

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 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.

### **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.

### **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



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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

**Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486. Confundibilidad con marcas previamente registradas.**

Las marcas opositoras son las siguientes:

| Tipo       | Signo                  | Titular                        | Expediente | Niza | Clase            | Trámite | Estado     | Vigencia         |
|------------|------------------------|--------------------------------|------------|------|------------------|---------|------------|------------------|
| Mixta      | LA QUINTA              | LA QUINTA<br>WORLDWIDE,<br>LLC | 14246167   | 10   | 43               | Marca   | Registrada | 30 abr.<br>2035  |
| Mixta      | LQ HOTEL LA QUINTA     |                                | 15005143   | 10   | 35,<br>41,<br>43 | Marca   | Registrada | 15 sept.<br>2035 |
| Mixta      | LQ HOTEL LA QUINTA     |                                | 15005638   | 10   | 35,<br>41,<br>43 | Marca   | Registrada | 27 jul.<br>2035  |
| Mixta      | La Quinta              |                                | 13216362   | 10   | 43               | Marca   | Registrada | 21 mar.<br>2034  |
| Nominativa | LA QUINTA              |                                | 02066157   | 8    | 43               | Marca   | Registrada | 18 sept.<br>2033 |
| Mixta      | LA QUINTA INN & SUITES |                                | 07091503   | 8    | 43               | Marca   | Registrada | 31 mar.<br>2028  |

<sup>2</sup> •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. (...)."

<sup>3</sup> 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° SD2025/0079598

|            |                                |                            |                |    |            |       |            |               |
|------------|--------------------------------|----------------------------|----------------|----|------------|-------|------------|---------------|
| Mixta      | LA QUINTA INNS & SUITES        |                            | 11071874       | 9  | 43         | Marca | Registrada | 28 nov. 2031  |
| Nominativa | LA QUINTA                      |                            | 94053509       | 7  | 42         | Marca | Registrada | 09 sept. 2036 |
| Nominativa | LA QUINTA                      |                            | 02066157       | 8  | 43         | Marca | Registrada | 18 sept. 2033 |
| Mixta      | La Quinta                      |                            | 13216362       | 10 | 43         | Marca | Registrada | 21 mar. 2034  |
| Mixta      | LA QUINTA                      |                            | 14246167       | 10 | 43         | Marca | Registrada | 30 abr. 2035  |
| Nominativa | LA QUINTA                      |                            | 14246180       | 10 | 35         | Marca | Registrada | 16 oct. 2035  |
| Mixta      | La Quinta MULTIPLICA TU PREMIO | REDITOS EMPRESARIALES S.A. | 15117063       | 10 | 35         | Marca | Registrada | 24 dic. 2035  |
| Mixta      | La Quinta MULTIPLICA TU PREMIO |                            | 15117080       | 10 | 41         | Marca | Registrada | 23 sept. 2026 |
| Mixta      | 5Quinta                        |                            | SD2025/0073788 | 12 | 35, 36, 41 | Marca | Registrada | 09 mar. 2036  |
| Mixta      | La Quinta MULTIPLICA TU PREMIO |                            | 15117074       | 10 | 36         | Marca | Registrada | 27 may. 2026  |

Los signos a comparar son los siguientes:



El signo solicitado a registro de naturaleza mixta está compuesto por el elemento denominativo “LA QUINTA ECOTOURS”, dispuesto en dos niveles, en el que la expresión “LA QUINTA” aparece en letras mayúsculas de mayor tamaño en color verde, mientras que la palabra “ECOTOURS” se ubica en un nivel inferior en letras de menor tamaño. En la parte superior se incorpora un elemento gráfico que representa un ave de perfil con alas extendidas, conformada por trazos curvos en colores verde, amarillo y naranja, integrándose con el conjunto denominativo en una sola composición.



Ref. Expediente N° SD2025/0079598



Los signos opositores comprenden múltiples marcas de naturaleza mixta y nominativa. En cuanto a los signos mixtos, estos están compuestos por el elemento denominativo “LA QUINTA” o “LQ HOTEL LA QUINTA”, acompañado en varios casos por elementos gráficos como una figura circular con rayos a manera de sol, estructuras tipo emblema o composiciones tipográficas estilizadas en diferentes colores, incluyendo verde, amarillo y negro. Algunos signos incorporan expresiones adicionales como “INN & SUITES” o “HOTEL”, dispuestas en niveles inferiores. Otros presentan variaciones gráficas con fondos definidos o tipografías ornamentadas. Por su parte, los signos nominativos están compuestos exclusivamente por la expresión “LA QUINTA”, sin la inclusión de elementos adicionales.

## Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

### Comparación entre marcas mixtas

Como ocurre en el presente caso, al realizar el cotejo entre signos de carácter mixto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado<sup>4</sup>:

*“a) Si en los signos mixtos predomina el elemento nominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con las siguientes reglas para el cotejo de signos denominativos:<sup>5</sup>*

*(i) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender como el signo es percibido en el mercado.*

*(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como por ejemplo tenemos el lexema **deport** en: **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ológico**.*

*Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.*

*(...)*

<sup>4</sup> TJCA, Proceso 218-IP-2019.

<sup>5</sup> Ver Interpretación Prejudicial 472-IP-2015 de 10 de junio de 2016.

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

*(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*

*(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.*

*(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*

*b) Si resultare que el elemento característico de los signos mixtos es el gráfico, se deben utilizar las reglas de comparación para los signos puramente gráficos o figurativos, según sea el caso<sup>6</sup>:*

*(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe.*

*(ii) Entre los dos elementos que la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión.*

*(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.<sup>7</sup>*

*c) Si al realizar la comparación se determina que en los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a confusión entre los signos, pudiendo estos coexistir pacíficamente en el ámbito comercial, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.<sup>8</sup>*

### **Comparación entre signos mixtos y nominativos:**

De otra parte, al efectuarse la comparación entre un signo denominativo y uno mixto, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:<sup>9</sup>

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor

<sup>6</sup> En la Interpretación Prejudicial 524-IP-2016 de 12 de junio de 2017, el TJCA recogió las siguientes definiciones:

El trazado: son los trazos del dibujo que forman el signo.

El concepto: es la idea o concepto que el dibujo suscita en la mente de quien la observa.

Los colores: si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.

<sup>7</sup> Ver Interpretación Prejudicial 161-IP-2015 del 27 de octubre de 2015.

<sup>8</sup> Ver Interpretación Prejudicial 106-IP-2015 de 20 de julio de 2015.

<sup>9</sup> TJCA, Proceso N° 224-IP-2015.



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

demanda 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.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

*“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realizando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.*

*i) Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

*Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.*

*ii) Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”<sup>10</sup>*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas<sup>11</sup> para el cotejo entre los mismos:

### Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en los signos en confrontación predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

***a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.***

***b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)***

***c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.***

***d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.***

***e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.***

***f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”<sup>12</sup>***

<sup>10</sup> FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

<sup>11</sup> “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014”.

<sup>12</sup> TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

### Familia de marcas de la sociedad LA QUINTA WORLDWIDE, LLC

El hecho que la sociedad mencionada incluya de forma reiterada la expresión “**LA QUINTA**” en buena parte de sus marcas nos hace concluir que estamos en presencia de una familia de marcas entendida esta como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común un conjunto de productos, con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

La protección que amerita una familia de marcas, debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un prefijo común, y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo prefijo para productos similares o relacionados, tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto por la calidad que ya conoce.

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial, con el fin de proteger al titular de la misma y a los consumidores.

### Análisis comparativo

Siguiendo con las reglas determinadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, considerando la naturaleza de los signos en cotejo y dejando de presente que es el elemento denominativo el preponderante en estos, por cuanto son las palabras las que usaría el consumidor para demandar los productos o servicios identificados con los signos, procederá a hacerse el cotejo como si de signos nominativos se tratara, teniendo en cuenta que la confundibilidad se aprecia a partir de la impresión de conjunto, mediante un examen sucesivo y desde la perspectiva del consumidor presunto, privilegiando las semejanzas relevantes sobre las diferencias.

Bajo tales parámetros, esta Dirección estima que el signo solicitado “**LA QUINTA ECOTOURS**” resulta **similarmemente confundible** con la familia de marcas “**LA QUINTA**” y con los signos opositores “**LA QUINTA MULTIPLICA TU PREMIO**” (en sus registros), debido a que en todos los casos se reproduce íntegramente el elemento “**LA QUINTA**”, el cual constituye el componente central, más recordable y con mayor impacto en la mente del consumidor. En efecto, al tratarse de una familia marcara, el público tiende a identificar el origen empresarial precisamente por el tronco estable “**LA QUINTA**”, de modo que la incorporación de ese mismo núcleo en el signo solicitado es idónea para inducir la idea de continuidad comercial, extensión de portafolio o vínculo económico.

En ese sentido, las expresiones adicionales no introducen una diferenciación eficaz. Por un lado, “**ECOTOURS**” será percibido por el consumidor como una referencia al tipo de servicio o modalidad de oferta (tours/ecoturismo), cumpliendo una función predominantemente descriptiva o evocativa del giro, por lo que su capacidad para individualizar el origen empresarial frente al tronco “**LA QUINTA**” resulta limitada. Por otro

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

lado, en los signos “LA QUINTA MULTIPLICA TU PREMIO”, la frase “**MULTIPLICA TU PREMIO**” se aprecia como un enunciado promocional o de campaña, que acompaña al núcleo “LA QUINTA” sin desplazarlo como identificador principal. En consecuencia, es razonable que el consumidor retenga y denomine los signos por “LA QUINTA”, interpretando “ECOTOURS” y “MULTIPLICA TU PREMIO” como líneas, programas, promociones o variantes dentro de la misma oferta empresarial.

Por lo anterior, la coexistencia de “**LA QUINTA ECOTOURS**” con la familia “**LA QUINTA**” y con “**LA QUINTA MULTIPLICA TU PREMIO**” es apta para generar confusión indirecta o riesgo de asociación, en la medida en que el consumidor podría asumir que el signo solicitado corresponde a una nueva línea, unidad de negocio, servicio específico o extensión del portafolio de los titulares de los signos previamente registrados, o que existe una vinculación económica, autorización o colaboración empresarial entre los signos confrontados.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**41:** Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

**42:** Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

**43:** Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Los signos confrontados identifican:

### Expedientes

### Productos y servicios

**14246167**

**(43):** Servicios para hoteles y moteles; servicios para suministrar comidas bebidas; restaurant; alojamiento temporal, abastecimiento y servicios de bar;renta de habitaciones; renta de salas de conferencias; suministros para conferencias, exhibiciones, banquetes, funciones sociales y sitios de reunión, servicios de reserva de hotel, alojamiento para hoteles y moteles y servicios de reserva para hoteles y moteles; asesoría y consultoría relacionada con las facilidades hoteleras; servicios de manejo de hoteles y moteles; servicios de operación de hoteles y moteles; dirección y administración de negocios de hoteles y moteles, manejo de negocios asistencia en establecimiento y operación de hoteles y moteles; servicios de franquicia de hoteles y moteles; suministro y gerencia de programas de incentivo, programas de fidelidad y beneficios para miembros relacionados con servicios de hoteles y moteles; acceso a sitios de recreación en hoteles y moteles proveyendo comodidades y espacios para la recreación de los invitados; suministro de información relacionada con hoteles y moteles; suministro de información vía comunicación y redes de computación y vía aparatos

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

portables relacionadas con servicios de hoteles y moteles; proveer información vía red de comunicación global relacionada con los servicios de hoteles y moteles.

**15005143**

**(35):** Publicidad; gestión de servicios de hoteles y moteles, servicios de operación de hoteles y moteles, dirección y administración de hoteles y moteles; asistencia en gestión empresarial en el establecimiento y operación de hoteles y moteles; servicios de franquicia de hoteles y moteles; provisión y gestión de programas de incentivos, programas de fidelización y beneficios para los miembros relacionados con los servicios de hoteles y moteles.

**(41):** Servicios de entretenimiento; acceso a las instalaciones de recreación en hoteles y moteles que ofrecen servicios y espacios para la recreación de los huéspedes; suministro de información relacionada a los servicios de hoteles y moteles; suministro de información a través de redes informáticas y de comunicación, y por medio de dispositivos móviles relacionada con los servicios de hoteles y moteles; suministro de información a través de una red de comunicación global relacionada a los servicios de hoteles y moteles.

**(43):** Servicios de hoteles y moteles; servicios para el suministro de alimentos y bebidas; restaurantes; servicios temporales de alojamiento, catering y bar; alquiler de la sala; alquiler de salas e instalaciones, instalaciones para conferencias, exposiciones, banquetes, funciones sociales y reuniones, reserva de alojamiento en hoteles; servicios de alojamiento y reservas de hoteles y moteles; asesoramiento y consultoría en materia de servicios de hoteles; servicios de gestión de hoteles y moteles, servicios de operación de hoteles y moteles, dirección y administración de hoteles y moteles; asistencia en gestión empresarial en el establecimiento y operación de hoteles y moteles; servicios de franquicia de hoteles y moteles; provisión y gestión de programas de incentivos, programas de fidelización y beneficios para los miembros relacionados con los servicios de hoteles y moteles; acceso a las instalaciones de recreación en hoteles y moteles que ofrecen servicios y espacios para la recreación de los huéspedes, suministro de información a través de redes informáticas y de comunicación, y por medio de dispositivos móviles relacionada con los servicios de hoteles y moteles; suministro de información a través de una red de comunicación global relacionada a los servicios de hoteles y moteles.

**15005638**

**(35):** Publicidad; gestión de servicios de hoteles y moteles, servicios de operación de hoteles y moteles, dirección y administración de hoteles y moteles; asistencia en gestión empresarial en el establecimiento y operación de hoteles y moteles; servicios de franquicia de hoteles y moteles; provisión y gestión de programas de incentivos, programas de fidelización y beneficios para los miembros relacionados con los servicios de hoteles y moteles.

**(41):** Servicios de entretenimiento; acceso a las instalaciones de recreación en hoteles y moteles que ofrecen servicios y espacios para la recreación de los huéspedes; suministro de información relacionada a los servicios de hoteles y moteles; suministro de información a través



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

de redes informáticas y de comunicación, y por medio de dispositivos móviles relacionada con los servicios de hoteles y moteles; suministro de información a través de una red de comunicación global relacionada a los servicios de hoteles y moteles.

**(43):** Servicios de hoteles y moteles; servicios para el suministro de alimentos y bebidas; restaurantes; servicios temporales de alojamiento, catering y bar; alquiler de la sala; alquiler de salas e instalaciones, instalaciones para conferencias, exposiciones, banquetes, funciones sociales y reuniones, reserva de alojamiento en hoteles; servicios de alojamiento y reservas de hoteles y moteles; asesoramiento y consultoría en materia de servicios de hoteles; servicios de gestión de hoteles y moteles, servicios de operación de hoteles y moteles, dirección y administración de hoteles y moteles; asistencia en gestión empresarial en el establecimiento y operación de hoteles y moteles; servicios de franquicia de hoteles y moteles; provisión y gestión de programas de incentivos, programas de fidelización y beneficios para los miembros relacionados con los servicios de hoteles y moteles; acceso a las instalaciones de recreación en hoteles y moteles que ofrecen servicios y espacios para la recreación de los huéspedes, suministro de información a través de redes informáticas y de comunicación, y por medio de dispositivos móviles relacionada con los servicios de hoteles y moteles; suministro de información a través de una red de comunicación global relacionada a los servicios de hoteles y moteles.

- |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>13216362</b> | <b>(43):</b> Servicios suministrados para la obtención de alojamiento y alimentación en hoteles, pensiones y otros establecimientos que proveen alojamiento temporal.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>02066157</b> | <b>(43):</b> Servicios suministrados para la obtención de alojamiento y alimentación en hoteles, pensiones y otros establecimientos que proveen alojamiento temporal.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>07091503</b> | <b>(43):</b> Servicios de hotelería.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>11071874</b> | <b>(43):</b> Servicios hoteleros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>94053509</b> | <b>(42):</b> Servicios de hoteles y moteles.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>02066157</b> | <b>(43):</b> Servicios suministrados para la obtención de alojamiento y alimentación en hoteles, pensiones y otros establecimientos que proveen alojamiento temporal.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>13216362</b> | <b>(43):</b> Servicios suministrados para la obtención de alojamiento y alimentación en hoteles, pensiones y otros establecimientos que proveen alojamiento temporal.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>14246167</b> | <b>(43):</b> Servicios para hoteles y moteles; servicios para suministrar comidas bebidas; restaurant; alojamiento temporal, abastecimiento y servicios de bar; renta de habitaciones; renta de salas de conferencias; suministros para conferencias, exhibiciones, banquetes, funciones sociales y sitios de reunión, servicios de reserva de hotel, alojamiento para hoteles y moteles y servicios de reserva para hoteles |

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

y moteles; asesoría y consultoría relacionada con las facilidades hoteleras; servicios de manejo de hoteles y moteles; servicios de operación de hoteles y moteles; dirección y administración de negocios de hoteles y moteles, manejo de negocios asistencia en establecimiento y operación de hoteles y moteles; servicios de franquicia de hoteles y moteles; suministro y gerencia de programas de incentivo, programas de fidelidad y beneficios para miembros relacionados con servicios de hoteles y moteles; acceso a sitios de recreación en hoteles y moteles proveyendo comodidades y espacios para la recreación de los invitados; suministro de información relacionada con hoteles y moteles; suministro de información vía comunicación y redes de computación y vía aparatos portables relacionadas con servicios de hoteles y moteles; proveer información vía red de comunicación global relacionada con los servicios de hoteles y moteles.

**14246180**

**(35):** Publicidad; servicios de administración de hoteles y moteles, servicios de operación de hoteles y moteles, dirección y administración de negocios de hoteles y moteles; asistencia en la gerencia del establecimiento y operación de hoteles y moteles; servicios de franquicias de hoteles y moteles; suministro y gerencia de programas de incentivo, programas de fidelidad y beneficios para miembros relacionados con servicios de hoteles y moteles.

**15117063**

**(35):** Intermediación en negocios comerciales para terceros, intermediación y cierre de transacciones comerciales para terceros, intermediación y formalización de operaciones comerciales para terceros, servicios de intermediación entre compradores y proveedores, facilitación de directores de sociedades intermediarias, agencia de información comercial, agencia de publicidad, agencia de relaciones públicas, agencias de importación-exportación de productos, agencias de información comercial para la facilitación de información de negocios, incluyendo datos demográficos o mercadotécnicos, agencias de información comercial, comercial (agencias de información -), información comercial (agencias de -), servicios de agencia de información de negocios, servicios de agencia de mercadotecnia, servicios de agencias para la organización de presentaciones de negocios.

**15117080**

**(41):** Administración de loterías para terceros, celebración de loterías, celebración de loterías para terceros, loterías (organización de -), loterías [organización de], organización de loterías, organización de premios [loterías], organización y realización de loterías, casinos, casinos juego] (explotación de -), casinos juego] (servicios de -), facilitación de instalaciones de casinos y juegos de azar, instalaciones de casino, acceso a instalaciones para espectáculos de juegos, alquiler de aparatos para la práctica de juegos, alquiler de dispositivos de juegos, alquiler de equipo para juegos electrónico, arrendamiento de juegos de casino, arrendamiento de máquinas de juegos, audiciones para espectáculos de juegos televisados, entretenimiento del tipo de juegos de hockey sobre hielo, entretenimiento del tipo de juegos de béisbol, explotación de salas de juegos, facilitación de instalaciones de casinos y juegos de azar, facilitación de juegos,

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

facilitación de juegos informáticos en línea, facilitación de juegos informáticos interactivos para múltiples jugadores a través de internet y redes de comunicaciones electrónicas, facilitación de juegos por medio de un sistema basado en ordenadores, facilitación de una base de datos informática en línea en el ámbito de los juegos de ordenador, juegos de azar o apuestas, juegos (explotación de salas de -), juegos (servicios de -) disponibles en línea a través de una red informática, organización de concursos, juegos y competiciones, organización de juegos, organización de juegos educativos, organización de juegos en los que participa el público, organización de juegos y competiciones, servicios de casino, juegos y apuestas, servicios de casino juegos], servicios de juegos, servicios de juegos de azar con una finalidad de esparcimiento, servicios de juegos de azar en línea, servicios de juegos disponibles en línea a través de una red informática (no descargables), servicios de juegos electrónicos y competiciones prestados a través de internet, servicios de juegos electrónicos, incluyendo juegos de ordenador en línea prestados por medio de una red informática global, servicios de juegos informáticos accesibles por usuarios en una red informática global y/o internet, servicios de juegos informáticos prestados en una red informática global, servicios de organización de juegos, casinos [juego], explotación de -), explotación de salas de juegos, juegos (explotación de salas de -), la explotación de instalaciones de formación, servicios para la explotación de bingo informatizado, alquiler de máquinas de juegos de azar, facilitación de instalaciones de casinos y juegos de azar, ^egos de azar o apuestas, servicios de juegos de azar con una finalidad de esparcimiento, servicios de juegos de azar en línea, juegos de azar o apuestas, organización de apuestas, servicios de apuestas, servicios de casino, juegos y apuestas, publicación de periódicos electrónicos a los que se accede a través de una red informática mundial, servicios de juegos informáticos accesibles por usuarios en una red informática global y/o internet, apuestas permanentes o chance, loterías, juegos de azar que sean permanentes o esporádicas, juegos de azar que intervengan la habilidad y la creatividad.

**SD2025/0073788 (35):** Administración de negocios comerciales; gestión, organización y administración de negocios comerciales; análisis de estadísticas de negocios; análisis de evaluación relativos a la gestión de negocios; análisis de gestión de negocios comerciales; análisis de negocios; asesoramiento de negocios en gestión empresarial; asesoramiento e información en materia de negocios; asesoramiento sobre organización y gestión de negocios; asesoramiento y asistencia en gestión de negocios; asesoramiento y consultoría en negocios; asistencia en el ámbito de la gestión de negocios; asistencia en el ámbito de la organización de negocios; asistencia en la dirección de negocios; actividades colectivas de publicidad y de marketing; asesoramiento comercial sobre publicidad; asesoramiento en materia de publicidad y de negocios; compilación de listas para publicidad directa; consultoría en materia de publicidad y de gestión de negocios; servicios de mercadeo destinados a incitar la compra de productos de terceros; consultoría de evaluación de mercados; estudios de investigación de mercados; estudios de mercados con fines publicitarios; estudios de mercados por sondeo de opinión; investigación y análisis de mercados; alquiler de material de

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

marketing y material publicitario; análisis de marketing; consultoría comercial sobre actividades de marketing y el lanzamiento de nuevos productos; difusión de material de marketing y publicitario; marketing en línea; marketing mediante eventos; administración comercial de fideicomisos financieros; servicios de promoción de la venta de productos y servicios de terceros mediante descuentos y primas en forma de loterías promocionales; servicios de venta minorista prestados por tiendas de bazar; servicios de venta minorista y mayorista de juegos de sociedad y dispositivos de juegos de azar; servicios de tiendas mayoristas de juegos; servicios de tiendas mayoristas en línea de juegos; servicios de tiendas minoristas de juegos; servicios de tiendas minoristas en línea de juegos; servicios de venta minorista y mayorista de juegos de sociedad y dispositivos para juegos de apuestas; servicios de venta minorista y mayorista de juegos y juguetes; servicios de venta minorista y mayorista de juegos, juguetes y aparatos de videojuegos; servicios de venta minorista y mayorista de software, incluido software de juegos; registro de transferencias de títulos valores, acciones y valores negociables; gestión de negocios comerciales y de administración de empresas; servicios de tiendas de venta minorista y mayorista; servicios de venta al por mayor o al por menor; servicios de venta al por mayor y al por menor en línea; servicios de venta minorista de juegos; servicios de venta minorista en línea; registro de transferencias de valores; registro de transferencias de valores bursátiles, acciones y valores negociables.

**(36):** Corretaje de acciones y otros valores; corretaje de acciones, bonos y obligaciones; corretaje de activos sociales netos; corretaje de acuerdos crediticios; administración financiera y corretaje de fondos en los mercados de futuros; agencias de corretaje de futuros sobre valores en el mercado exterior; administración de negocios financieros; administración de negocios financieros en el ámbito de los bienes inmuebles; análisis de mercados financieros y elaboración de los informes correspondientes; análisis financieros y elaboración de los informes correspondientes; servicios de liquidación de empresas [finanzas]; servicios de consultoría de finanzas corporativas; procesamiento de pagos por tarjeta de crédito y de débito; procesamiento electrónico de pagos electrónicos mediante una red informática mundial; servicios de administración de pagos; servicios de garantía de pagos mediante giros postales; servicios de giros postales; servicios de gestión de pagos; servicios de opciones de pagos múltiples mediante terminales electrónicos operados por el cliente, disponibles en locales de tiendas minoristas; administración financiera de carteras de seguros; administración financiera de negocios de seguros; servicios de transferencias a nivel internacional; servicios de transferencias a nivel nacional; servicios de transferencias nacionales prestados en línea; transferencias electrónicas de dinero; transferencias monetarias; seguros, operaciones financieras, monetarias e inmobiliarias; servicios de transacciones monetarias; transacciones monetarias y financieras; operaciones financieras, monetarias e inmobiliarias; servicios de gestión de seguros; servicios de seguros; servicios de seguros de accidentes; agencias de crédito; asesoramiento en materia de crédito;



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

financiación de créditos; servicios de crédito y préstamo; servicios de pago y crédito; servicios administrativos relacionados con seguros.

**(41):** Organización de loterías y otros juegos de azar; servicios de lotería; alquiler de máquinas de juegos de azar; alquiler de máquinas tragamonedas [máquinas de juegos de azar]; facilitación de equipos de juegos de azar para casinos; facilitación de equipos para salas de juegos de azar; servicios de correduría de apuestas [juegos de azar]; servicios de entretenimiento mediante máquinas de juegos de azar; servicios de casinos, de juegos y de juegos de azar; servicios de juegos de azar; servicios de juegos de azar con fines de entretenimiento; servicios de juegos de azar en línea en forma de torneos de juegos de computadora; servicios de juegos de azar en línea en forma de torneos de juegos de ordenador; suministro de equipos para salas de juegos de azar; información en materia de educación; información sobre educación y actividades recreativas; orientación profesional [asesoramiento sobre educación o formación]; servicios de juegos de azar en línea; servicios de juegos de azar en línea en forma de juegos de casino; servicios de juegos de azar en línea en forma de torneos de juegos de computador; servicios de casino, de juegos y juegos de apuestas; servicios de casinos y de juegos; servicios de entretenimiento en línea, a saber, torneos de juegos, ligas deportivas virtuales y programas de juegos; servicios de información sobre juegos informáticos de entretenimiento prestados en línea desde bases de datos informáticas o redes mundiales de comunicación; servicios de juegos de apuestas; servicios de juegos de apuestas en línea; servicios de juegos de arcade; servicios de juegos de póker; servicios de juegos electrónicos prestados por internet; servicios de juegos informáticos en línea; servicios de apuestas; servicios de una tienda de apuestas; servicios de apuestas en línea; información en materia de entretenimiento y eventos recreativos prestados mediante redes en línea e internet; servicios de salas de juegos de azar; espectáculos de juegos de televisión.

**15117074**

**(36)** Intermediación en la compra y venta de valores, servicios de intermediación financiera, administración de alianzas financieras, accidentes (seguros contra -), accidentes (suscripción de seguros contra -), administración de ajustes de reclamaciones de seguros, administración de carteras de seguros, administración de negocios de seguros, administración de planes de seguros de grupo, administración de planes de seguros, administración de reclamaciones de seguros, administración de seguros, administración de seguros colectivos, agencia de corretaje en materia de seguros marítimos, agencias de seguros, agencias de seguros de vida, ajuste de reclamaciones de seguros, ajuste de reclamaciones en materia de seguros, asesoramiento en materia de seguros, asesoramiento financiero y asesoramiento en materia de seguros, cómputo del índice de primas de seguros, consultas de gestión relativas a los seguros, consultaría de seguros, consultaría de seguros de vida, consultaría e informaciones en materia de seguros, consultaría en materia de seguros, contratos de seguros de servicios, corredores de seguros, correduría de seguros, correduría de seguros para propiedades, corretaje de seguros, corretaje de seguros de tránsito, corretaje de seguros de vehículos a motor, corretaje de seguros de vida, corretaje

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

de seguros relativo a animales domésticos, estimaciones de seguros contra incendios, estimaciones financieras en materia de seguros, evaluación de pérdidas de seguros, evaluación financiera [seguros, bancos, bienes inmuebles], facilitación de cotizaciones de primas de seguros, facilitación de información relacionada con servicios de seguros y financieros, facilitación de información sobre seguros, financiera (evaluación -) [seguros, bancos, bienes inmuebles], garantías de seguros, incendios (suscripción de seguros contra -), información en materia de seguros, información y consultas de seguros y finanzas, seguros contra la pérdida de crédito, seguros (corretaje de -), seguros de banca hipotecaria, seguros de contenidos de viviendas, seguros de créditos, seguros de edificios, seguros de enfermedad, seguros de garantía, seguros de gastos jurídicos, seguros de indemnización profesional, seguros de materias primas, seguros de productos durante el tránsito, seguros de responsabilidad de terceros, seguros de riesgos crediticios [factoring], seguros de sistemas antirrobo, seguros de vacaciones, seguros de viajes, seguros de vida, seguros de vida (suscripción de -), seguros hipotecarios, seguros (información en materia de -), seguros inmobiliarios (servicios inmobiliarios), seguros médicos (suscripción de -), seguros para aparatos de comunicaciones, seguros para dueños de propiedades, seguros para empresas, seguros para garajes, seguros para hoteles, seguros para oficinas, seguros personales relacionados con la responsabilidad de reembolsar préstamos, seguros relacionados con la propiedad, seguros relacionados con reservas de vacaciones canceladas, seguros relativos a posesiones personales, seguros (suscripción de -), servicios de agencias para gestionar seguros de viaje, servicios de asesoramiento relacionados con reclamaciones de seguros, servicios de asesoramiento relacionados con contratos de seguros, servicios de asesoramiento relacionados con seguros de vida, servicios de asesoramiento financiero relacionados con seguros de vida, servicios de asesoramiento en materia de seguros relacionados con explosiones, servicios de asesoramiento en materia de seguros relacionados con incendios, servicios de asesoramiento de corretaje relacionados con seguros, servicios de asesoría en materia de seguros, servicios de compañías de seguros, servicios de consultaría en relación con los seguros, servicios de consultaría en materia de seguros, servicios de corredurías de seguros, servicios de créditos para el pago de primas de seguros, servicios de establecimiento de seguros de vida, servicios de estudios en materia de seguros, servicios de financiación de primas de seguros, servicios de gestión de riesgos de seguros, servicios de gestión de seguros, servicios de información informatizados relacionados con seguro, servicios de información relacionados con los seguros, servicios de inversión de seguros variables, servicios de planificación relacionados con los seguros de vida, servicios de seguros, servicios de seguros contra accidentes, servicios de seguros de automóviles, servicios de seguros de vehículos, servicios de seguros de vida, servicios de seguros domésticos, servicios de seguros financieros y emisión de valores (banca de inversiones), servicios de seguros inmobiliarios, servicios de seguros médicos prestados a empresas, servicios de seguros para caravanas, servicios de seguros para propiedades con techo de paja, servicios de seguros para el sector de la construcción, servicios de

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

seguros para proteger a los conductores, servicios de seguros para la protección de hipotecas, servicios de seguros para el suministro de efectivo en caso de emergencias, servicios de seguros para el reembolso de gastos médicos, servicios de seguros personales, servicios de seguros personales relacionados con la facilitación de asesoramiento jurídico, servicios de seguros personales relativos a la prestación de servicios jurídicos, servicios de seguros relacionados con propiedades, servicios de seguros relacionados con barcos, servicios de seguros relacionados con planes de contingencia, servicios de seguros relativos a créditos, servicios de seguros relacionados con tarjetas de crédito, servicios de seguros relacionados con negocios de pedidos por correo, servicios de seguros relativos a automóviles, servicios de seguros relacionados con vehículos, servicios de seguros relacionados con guarderías, servicios de seguros relacionados con bienes inmuebles, servicios de seguros relacionados con cargamentos marítimos, servicios de seguros relacionados con el deporte, servicios de seguros relativos a liquidaciones estructuradas prestados a los abogados, servicios de seguros relacionados con liquidaciones estructuradas prestados a los aseguradores de siniestros de propiedades, servicios de seguros relacionados con techos de paja, servicios de seguros relativos a la pérdida de posesiones personales, servicios de seguros relativos a la facilitación de crédito, servicios de seguros relativos al robo de posesiones personales, servicios de seguros relacionados con alojamiento vacacional, servicios de seguros relativos a acuerdos de crédito, servicios de seguros relacionados con mercancías en tránsito, servicios de seguros relacionados con costes jurídicos, servicios de seguros sobre fondos de pensiones, servicios de suscripción de seguros, servicios de suscripción de seguros, servicios de suscripción de seguros de enfermedad, servicios de suscripción de seguros de empresa, servicios de suscripciones de seguros, servicios financieros prestados por compañías de seguros, servicios financieros relacionados con los seguros de vehículos de motor, servicios para la suscripción de seguros de créditos, servicios para la suscripción de seguros contra accidentes personales, servicios telefónicos de banca y seguros, subrogación de seguros, suministro de información en materia de seguros, suministro de información sobre seguros, suministro de pólizas de seguros de diez años, suministro de seguros de préstamos hipotecarios, suministro de seguros de garantía para equipamientos, suscripción de seguros, suscripción de seguros contra accidentes, suscripción de seguros contra incendios, suscripción de seguros de tránsito, suscripción de seguros de negocios (servicios de), suscripción de seguros de transporte, suscripción de seguros de vida, suscripción de seguros financieros, suscripción de seguros marítimos, suscripción de seguros médicos, suscripción de seguros para servicios jurídicos de previo pago, suscripción de seguros; peritaciones y tasaciones destinadas a seguros, suscripción de seguros sanitarios preparados, suscripción relacionada con seguros marítimos, suscripción y administración de seguros sobre salud dental, tasaciones con fines de seguros, tramitación de seguros, tratamiento de reclamaciones de seguros, valoración de cargamentos para seguros, valoración de reclamaciones de seguros de propiedades personales, valoración de reclamaciones de seguros de bienes inmuebles, valoración de reclamaciones de seguros,

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

valoración y tramitación de reclamaciones de seguros, vida (suscripción de seguros de -), pólizas de protección de hipotecas, suministro de pólizas de seguros de diez año, agencias de cobro de deudas, agencias de cobro de rentas, agencias de crédito, agencias de seguros, agencias de seguros de vida.

**Análisis conexidad competitiva entre servicios de la clase 41 de la marca solicitada vs servicios de la clase 41 de las marcas opositoras**

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

**Identidad:** Al analizar los servicios del signo solicitado en la clase 41, correspondientes a educación, formación, servicios de entretenimiento y actividades deportivas y culturales, y confrontarlos con los servicios amparados por los signos opositores en la misma clase 41, se advierte que existe una coincidencia sustancial en el núcleo de las coberturas, particularmente en lo relativo al entretenimiento y a la organización y acceso a actividades recreativas. En efecto, los expedientes 15005143 y 15005638 protegen servicios de entretenimiento y acceso a instalaciones de recreación en hoteles y moteles, así como el suministro de información relacionada con dichos servicios a través de redes informáticas, redes de comunicación y dispositivos móviles, prestaciones que se insertan directamente en el ámbito del entretenimiento y de las actividades recreativas que igualmente reivindica el signo solicitado.

Dentro del grupo considerado como servicios de la clase 41, se encuentran, entonces, prestaciones que coinciden de manera directa en su finalidad y aplicación, pues tanto el signo solicitado como los signos opositores se orientan a ofrecer experiencias recreativas o de esparcimiento al público. Así, los servicios de entretenimiento, el acceso a instalaciones de recreación y la provisión de información sobre actividades recreativas responden a una misma necesidad del consumidor, consistente en acceder y participar en actividades de ocio, recreación y disfrute, lo cual refuerza la identidad y similitud entre las coberturas confrontadas.

De igual modo, el expediente 15117080 ampara un conjunto amplio de servicios de entretenimiento centrados en loterías, casinos, juegos de azar, apuestas, explotación de salas de juegos, facilitación de juegos en línea y servicios vinculados a la organización de concursos, juegos y competencias, además de información sobre educación y actividades recreativas. Tales prestaciones se ubican de manera evidente en el campo del entretenimiento, y por tanto se relacionan estrechamente con el componente de “servicios de entretenimiento” y “actividades culturales y deportivas” reivindicado por el signo solicitado, en tanto todos se orientan a proveer esparcimiento y participación del público en actividades recreativas, presenciales o en línea.

En el mismo sentido, el expediente SD2025/0073788 también comprende, en clase 41, organización de loterías y otros juegos de azar, servicios de casinos, juegos, apuestas, alquiler y suministro de equipos para salas de juegos, servicios de entretenimiento mediante máquinas de juegos de azar, espectáculos de juegos de televisión, así como información en materia de educación y actividades recreativas. En consecuencia, se aprecia que las coberturas de los signos opositores recaen sobre modalidades específicas de entretenimiento y recreación, mientras que el signo solicitado ampara de forma amplia



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

el entretenimiento y las actividades deportivas y culturales, lo que evidencia una coincidencia material en el género de los servicios y en el mercado al que se dirigen.

La presencia de servicios de entretenimiento en todas las coberturas comparadas implica que el público puede percibirlos como provenientes de una misma fuente empresarial, incrementando el riesgo de confusión o asociación. En particular, al tratarse de servicios que se ofrecen al mismo tipo de consumidores interesados en ocio, recreación y participación en actividades de entretenimiento, y que suelen difundirse por medios semejantes, incluyendo redes informáticas y plataformas digitales, resulta plausible que el consumidor asuma que se trata de líneas de servicio vinculadas o de un mismo operador que diversifica su portafolio dentro del sector del entretenimiento.

Así entonces, las prestaciones en contraposición no solo satisfacen necesidades coincidentes relacionadas con el esparcimiento y el entretenimiento, sino que además se dirigen al mismo público objetivo y se ejecutan dentro del mismo entorno económico de servicios recreativos y culturales. Por ello, al existir coincidencia en el núcleo del entretenimiento y la recreación, se configura una relación competitiva clara entre las coberturas enfrentadas.

En resumen, el análisis de conexidad competitiva entre los servicios del signo solicitado en la clase 41 y los servicios de los signos opositores en la misma clase demuestra que convergen en el mercado del entretenimiento y las actividades recreativas, con coincidencias relevantes en su finalidad, destinatarios y formas de prestación, lo que permite concluir que existe una relación o conexidad competitiva entre ellos.

#### **Análisis conexidad competitiva entre servicios de la clase 42 de la marca solicitada vs servicios de la clase 36 de las marcas opositoras**

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos, es la razonabilidad definida como *“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. (...)”*<sup>13</sup>. En el presente caso, un consumidor podría considerar razonable que las coberturas comparadas se ofrezcan por parte de un mismo empresario.

Los servicios de la marca solicitada en clase 42 comprenden servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos, además de servicios de análisis e investigación industriales, y el diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software. Se trata, en consecuencia, de prestaciones orientadas a la creación, estructuración, implementación y optimización de soluciones tecnológicas, cuya materialización habitual se soporta en sistemas informáticos y desarrollos de software que se aplican a múltiples sectores económicos.

<sup>13</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

Por su parte, los signos opositores en clase 36 amparan un conjunto amplio de servicios propios del sector financiero, monetario y asegurador, tales como corretajes e intermediación financiera, administración y análisis de mercados financieros, asesoramiento en seguros y finanzas, así como servicios vinculados al procesamiento y gestión de pagos, incluidos pagos con tarjeta, procesamiento electrónico de pagos mediante redes informáticas, transferencias nacionales e internacionales, giros postales, administración de pagos y, en general, seguros, operaciones financieras, monetarias e inmobiliarias.

La relación entre estos servicios puede ser vista desde la perspectiva de la razonabilidad. En la realidad del mercado, la prestación de servicios financieros modernos se apoya de manera estructural en plataformas tecnológicas, desarrollos de software, sistemas de seguridad digital y herramientas de analítica y automatización, razón por la cual es usual que entidades financieras, aseguradoras, operadores de pago y plataformas de intermediación ofrezcan sus servicios a través de soluciones tecnológicas propias o bajo marcas que identifican tanto la tecnología como el servicio financiero. En ese contexto, el consumidor puede asumir como razonable que quien desarrolla e implementa software y soluciones informáticas en clase 42 también participe, bajo el mismo origen empresarial o uno vinculado, en la provisión de servicios financieros digitales, de pagos, transferencias o seguros en clase 36.

La convergencia se refuerza por la finalidad práctica que comparten en el entorno tecnológico. Los servicios de pagos electrónicos, transferencias, administración de pagos y gestión de seguros suelen operar mediante infraestructuras de software, módulos de autenticación, cifrado, procesamiento de datos y sistemas de continuidad operativa, los cuales requieren diseño, desarrollo, mantenimiento y mejora permanente, actividades que se corresponden con el núcleo de prestaciones de la clase 42. Así, aunque uno se ubique en el plano tecnológico y el otro en el financiero, ambos se articulan en un mismo ecosistema digital donde la tecnología constituye el medio ordinario para la prestación del servicio financiero.

Además, la forma en que estas coberturas se ofrecen y contratan en el mercado contribuye a su cercanía. Los servicios de tecnología, análisis, consultoría e implementación se contratan frecuentemente por empresas del sector financiero, asegurador y de pagos, mientras que estos últimos se publicitan y comercializan, cada vez más, como soluciones integrales soportadas en plataformas digitales, canales en línea y redes informáticas globales. Esta coincidencia de tecnología empleada, medios de divulgación y dinámicas de contratación incrementa la probabilidad de que el público asocie los servicios de software y desarrollo con los servicios financieros que dependen de tales soluciones.

En resumen, los servicios de la clase 42 y los servicios de la clase 36 se encuentran interrelacionados por su inserción común en el mercado de servicios financieros digitalizados, en el que la tecnología no actúa como un accesorio marginal, sino como el soporte esencial que habilita la operación de pagos, transferencias, análisis financiero, intermediación y gestión de seguros. Esta conexión hace que el consumidor pueda percibir como plausible que dichas prestaciones provengan de un mismo empresario o de empresas vinculadas dentro de un mismo grupo o ecosistema tecnológico-financiero.

Por lo anterior, no resulta extraño que un empresario con actividad tecnológica, dedicada al diseño y desarrollo de software y equipos informáticos, amplíe su esquema de negocios hacia servicios de pagos, transferencias o soluciones financieras, o que un operador financiero o asegurador, en sentido inverso, estructure líneas de negocio tecnológicas bajo su misma marca para desarrollar y soportar su oferta digital. En esa medida, el

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

consumidor fácilmente entenderá que quien presta servicios tecnológicos puede incursionar en servicios financieros digitalizados, o viceversa, como una extensión natural dentro de la misma realidad de mercado.

Junto con ello, existe el riesgo de confusión o asociación en los consumidores, dado que los canales de divulgación y comercialización pueden coincidir, y la oferta suele presentarse como soluciones integradas, situación que puede generar la idea errónea de que los servicios tecnológicos de la clase 42 corresponden a la misma línea empresarial de los servicios financieros, de pagos, transferencias o seguros de la clase 36, o que se trata de una diversificación o extensión de portafolio bajo un mismo origen empresarial.

En este punto es necesario hacer referencia a lo expresado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, con relación a la Teoría de la Interdependencia:

*“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”<sup>14</sup>*

Por tanto, tenemos que, bajo las reglas de la sana crítica, es posible predicar que el presupuesto de razonabilidad es cumplido por las coberturas en comento, toda vez que la prestación de servicios financieros, monetarios y de seguros se desenvuelve ordinariamente sobre plataformas y desarrollos tecnológicos, y el consumidor puede atribuir razonablemente un origen empresarial común o vinculado entre quien diseña y desarrolla dichas soluciones y quien explota los servicios financieros soportados en ellas.

En consecuencia, esta Dirección estima que se cumple uno de los tres criterios sustanciales de conexidad establecidos por la jurisprudencia andina, siendo estos suficientes *“para acreditar por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios”<sup>15</sup>.*

Por tanto, se concluye que las coberturas de los signos comparados guardan una conexidad competitiva que genera una confusión y asociación en el público consumidor, por lo que no es posible permitir la coexistencia.

### **Análisis conexidad competitiva entre servicios de la clase 43 de la marca solicitada vs servicios de la clase 43 de las marcas opositoras**

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

**Identidad:** Al analizar los servicios del signo solicitado en la clase 43, relativos a servicios de restauración, entendidos como suministro de alimentos y bebidas, y hospedaje temporal, y confrontarlos con los servicios amparados por los signos opositores en la misma clase 43, se advierte una coincidencia directa en el núcleo de la cobertura. En efecto, el expediente 14246167 comprende servicios para hoteles y moteles, suministro de comidas y bebidas, restaurante, alojamiento temporal, abastecimiento y servicios de bar, renta de habitaciones,

<sup>14</sup> Interpretación Prejudicial Proceso 96-IP-2006. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina cita a BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475.

<sup>15</sup> Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

así como servicios de reserva y operación hotelera, rubros que se superponen de manera clara con la prestación de hospedaje temporal y restauración reivindicada por el solicitante. En el mismo sentido, los expedientes 15005143 y 15005638 protegen servicios de hoteles y moteles, suministro de alimentos y bebidas, restaurantes, alojamiento temporal, catering y bar, además de reservas y gestión hotelera, lo cual coincide materialmente con las coberturas solicitadas.

Dentro del grupo considerado como servicios de la clase 43, se encuentran, entonces, múltiples prestaciones que son igualmente cubiertas por los signos opositores, lo cual refuerza la identidad y similitud en cuanto a su propósito y aplicación. Los servicios de hospedaje temporal se orientan a satisfacer la necesidad de alojamiento del consumidor, mientras que los servicios de restauración atienden la provisión de alimentos y bebidas, de modo que, en todos los casos, se trata de prestaciones típicamente ofrecidas por hoteles, moteles, restaurantes y establecimientos afines, bajo parámetros de consumo equivalentes, como la elección del lugar de estancia, la oferta gastronómica y la atención al huésped o comensal.

La presencia de servicios de hotelería, motelería, restaurantes, catering, bar y reservas hoteleras en las coberturas enfrentadas implica que el público puede percibirlos como provenientes de una misma fuente empresarial, incrementando la posibilidad de confusión o de asociación en el mercado. En particular, la coincidencia en la naturaleza de los servicios, su destinación, el público objetivo y los canales habituales de prestación y contratación, tales como plataformas de reservas, páginas web de hoteles, agencias, centrales de atención y medios digitales, conduce a que el consumidor asuma que se trata de servicios ofrecidos por un mismo operador, por una cadena hotelera, o por empresas vinculadas dentro del mismo grupo de hospitalidad.

Así entonces, las prestaciones en contraposición no solo satisfacen las mismas necesidades, conllevando para la consecución de este propósito la misma infraestructura, especialidad, conocimiento y mismo tipo de consumidores, sino que, al recaer sobre servicios propios del sector de hospitalidad, existe una presunción reforzada sobre la existencia real de conexidad competitiva entre ellos, pues se trata de coberturas coincidentes en su esencia. Ello resulta aún más evidente frente a los expedientes 13216362, 02066157, 07091503 y 11071874, que amparan servicios suministrados para la obtención de alojamiento y alimentación en hoteles, pensiones u otros establecimientos de alojamiento temporal, así como servicios de hotelería y servicios hoteleros, prestaciones que se alinean de manera directa con el hospedaje temporal y la restauración reivindicados por el solicitante.

En resumen, el análisis de conexidad competitiva entre los servicios del signo solicitado en la clase 43 y los servicios de los signos opositores en la misma clase demuestra que ambos satisfacen las mismas necesidades y se dirigen al mismo tipo de consumidores dentro del mercado de hospitalidad, lo que lleva a concluir que existe una relación o conexidad competitiva entre ellos.

#### **Análisis conexidad competitiva entre servicios de la clase 43 de la marca solicitada vs servicios de la clase 35 de las marcas opositoras**

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la Interpretación Prejudicial 100-IP-2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan presupuestos suficientes para concluir que existe relación o conexidad entre los servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.



Ref. Expediente N° SD2025/0079598

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos, es la razonabilidad definida como *“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. (...)”*<sup>16</sup>. En el presente caso, el consumidor podría considerar razonable que las coberturas comparadas se ofrezcan por parte de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas.

Los servicios del signo solicitado en clase 43 comprenden servicios de restauración, esto es, suministro de alimentos y bebidas al público, así como hospedaje temporal. Se trata de prestaciones propias del sector de hospitalidad, orientadas a la atención directa del consumidor final, que se materializan en establecimientos como hoteles, moteles y restaurantes, y que suelen contratarse o consumirse bajo decisiones asociadas a experiencia, calidad, reputación y marca.

Por su parte, los signos opositores amparan en clase 35 servicios expresamente ligados al mismo sector hotelero, en particular publicidad, gestión y operación de hoteles y moteles, dirección y administración de hoteles y moteles, asistencia en la gestión empresarial para el establecimiento y operación de dichos negocios, servicios de franquicia de hoteles y moteles, y provisión y gestión de programas de incentivos, fidelización y beneficios para miembros relacionados con servicios de hoteles y moteles. En consecuencia, no se trata de servicios empresariales abstractos o desvinculados, sino de una cobertura que recae, de forma directa, sobre la organización, explotación, expansión y promoción del negocio hotelero.

La relación entre estas coberturas puede apreciarse desde la razonabilidad. En la práctica habitual del mercado, es común que las empresas que prestan servicios de hospedaje y restauración estructuren su oferta mediante esquemas integrados que incluyen la operación del establecimiento, su administración, la publicidad y mercadeo asociados, así como programas de fidelización para atraer y retener clientes. De hecho, para el consumidor es usual identificar bajo una misma marca o grupo empresarial tanto el hotel o restaurante como su programa de beneficios, su plataforma de reservas, sus campañas publicitarias y, en general, el “sistema” de experiencia de la cadena o del operador.

Adicionalmente, los servicios de gestión, operación y franquicia de hoteles y moteles se proyectan como una extensión natural de la prestación hotelera en sentido estricto. Quien percibe un establecimiento de hospedaje bajo determinada marca puede asumir como razonable que esa misma empresa, o una vinculada, administre otros hoteles, opere unidades bajo estándares uniformes, ofrezca franquicias o gestione programas de fidelidad, precisamente porque tales actividades forman parte de las prácticas usuales de expansión y posicionamiento del sector. En ese contexto, la cercanía de finalidad y el mismo ámbito económico refuerzan la expectativa de origen común.

A lo anterior se suma que la publicidad, la gestión operativa y los programas de fidelización, tal como aparecen reivindicados por los opositores, se encuentran funcionalmente conectados con el consumo de los servicios de clase 43, pues se dirigen a promoverlos, organizarlos y sostenerlos en el mercado. Por ello, el público podría entender que los servicios empresariales descritos por los opositores constituyen la estructura de soporte, administración y promoción del mismo servicio hotelero y de restauración que ofrece el solicitante, lo cual incrementa el riesgo de asociación cuando los signos resultan cercanos.

<sup>16</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

En síntesis, los servicios del signo solicitado en clase 43 y los servicios de los signos opositores en clase 35 convergen en el mismo sector de hospitalidad, comparten una lógica económica integrada y responden a prácticas de mercado en las que un mismo empresario presta directamente hospedaje y restauración, mientras administra, opera, franquicia y publicita hoteles y moteles, además de gestionar programas de fidelización ligados a dichos servicios. En consecuencia, es razonable que el consumidor atribuya a tales coberturas un origen empresarial común o vinculado, lo que permite concluir la existencia de conexidad competitiva con aptitud para generar riesgo de confusión o asociación.

### Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

### RESUELVE

**ARTÍCULO 1:** Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **REDITOS EMPRESARIALES S.A.**, contra el registro en la clase 41 Internacional.

**ARTÍCULO 2:** Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **REDITOS EMPRESARIALES S.A.**, contra el registro en la clase 42 Internacional.

**ARTÍCULO 3:** Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **LA QUINTA WORLDWIDE, LLC.**, contra el registro en la clase 43 Internacional.

**ARTÍCULO 4:** **Negar** el registro de la Marca **LA QUINTA ECOTOURS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>17</sup>, solicitada por la sociedad **GRUPO EMPRESARIAL DELLA ROSA S.A.S BIC**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 5:** **Negar** el registro de la Marca **LA QUINTA ECOTOURS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>18</sup>, solicitada por la sociedad **GRUPO EMPRESARIAL DELLA ROSA S.A.S BIC**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 6:** **Negar** el registro de la Marca **LA QUINTA ECOTOURS** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>19</sup>, solicitada por la sociedad **GRUPO EMPRESARIAL DELLA ROSA S.A.S BIC**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 7:** Notificar a la sociedad **GRUPO EMPRESARIAL DELLA ROSA S.A.S BIC**, solicitante del registro y a las sociedades **REDITOS EMPRESARIALES S.A.**, y **LA QUINTA WORLDWIDE, LLC** opositoras, el 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.

<sup>17</sup> 41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

<sup>18</sup> 42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

<sup>19</sup> 43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Resolución N° 32418

Ref. Expediente N° SD2025/0079598

**ARTÍCULO 8:** En firme esta resolución **archívese** el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 30 de abril de 2026



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**