

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 77111

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 13 de febrero de 2025, LATIN SPORT SAS, solicitó el registro del (la) Marca FIDRES VIKTUS EL LUGAR DONDE NACE LA VICTORIA (Mixta) para distinguir productos y/o servicios comprendidos en la (s) clase (s) 25 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

NUMERAL: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 25: Prendas de vestir, ropa deportiva.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca (s) previamente registrada (s)

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Nominativa	VICTORIA SPORT	VICTORIA’S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16123954	10	18, 25	Marca	Registrada
Nominativa	FABULOUS BY VICTORIA’S SECRET	VICTORIA’S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16128110	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	OMG BY VICTORIA’S SECRET	VICTORIA’S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16146944	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	VICTORIA’S SECRET VERY SEXY FLIRT	VICTORIA’S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16018870	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	EASY BY VICTORIA’S SECRET	VICTORIA’S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16111025	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	THE ANGEL SLIP BY VICTORIA’S SECRET	VICTORIA’S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16120353	10	25	Marca	Registrada

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).”

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Resolución N° 77111

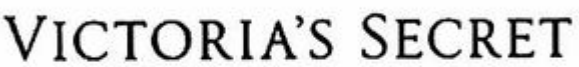
Ref. Expediente N° SD2025/0011516

Nominativa	DREAM ANGELS BY VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	SD2017/0022525	11	25	Marca	Registrada
Nominativa	LOVE BY VICTORIA	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	SD2017/0024889	11	25	Marca	Registrada
Nominativa	VICTORIA'S SECRET FOREVER SEXY	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	SD2018/0010071	11	25	Marca	Registrada
Mixta	VICTORIA SPORT	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16152202	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	XO, VICTORIA	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	16163926	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	BEAUTIFUL BY VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	SD2016/0041851	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	VICTORIA'S SECRET PINK	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	09067127	9	25	Marca	Registrada
Mixta	LOVE PINK VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	09078021	9	25	Marca	Registrada
Mixta	VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	09106523	9	25	Marca	Registrada
Nominativa	ANGELS BY VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	97005183	7	25	Marca	Registrada
Nominativa	BODY BY VICTORIA	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	03009863	8	25	Marca	Registrada
Nominativa	VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	9225301625	7	25	Marca	Registrada
Nominativa	THE PLAYER BY VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	15131786	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	THE LACIE BY VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	15276636	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	VERY SEXY BY VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	15276640	10	25	Marca	Registrada
Nominativa	VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	10008190	9	25	Marca	Registrada
Mixta	VS VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	14244095	10	3, 9, 18, 25, 35, 41	Marca	Registrada
Mixta	PINK VICTORIA'S SECRET	VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT, LLC	15072820	10	9, 25, 28, 35	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
---------------------	---------------------

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

 FIDRES VIKTUS EL LUGAR DONDE NACE LA VICTORIA FIDRES VIKTUS EL LUGAR DONDE NACE LA VICTORIA	 VICTORIA SPORT  LOVE PINK VICTORIA'S SECRET  VICTORIA'S SECRET
---	--





The image displays the Victoria's Secret PINK logo, featuring a large, stylized 'VS' monogram above the words 'VICTORIA'S SECRET' in a serif font. Below this, the word 'PINK' is written in a large, bold, outlined font, followed by 'VICTORIA'S SECRET' in a smaller, outlined font. At the bottom, a list of Victoria's Secret brand names is provided: VICTORIA SPORT, FABULOUS BY VICTORIA'S SECRET, OMG BY VICTORIA'S SECRET, VICTORIA'S SECRET VERY SEXY FLIRT, EASY BY VICTORIA'S SECRET, THE ANGEL SLIP BY VICTORIA'S SECRET, DREAM ANGELS BY VICTORIA'S SECRET, LOVE BY VICTORIA, VICTORIA'S SECRET FOREVER SEXY, VICTORIA SPORT, XO, VICTORIA, BEAUTIFUL BY VICTORIA'S SECRET, VICTORIA'S SECRET PINK, LOVE PINK, VICTORIA'S SECRET, VICTORIA'S SECRET.

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

	ANGELS BY VICTORIA’S SECRET, BODY BY VICTORIA, VICTORIA’S SECRET, THE PLAYER BY VICTORIA’S SECRET, THE LACIE BY VICTORIA’S SECRET, VERY SEXY BY VICTORIA’S SECRET, VICTORIA’S SECRET, VS VICTORIA’S SECRET, PINK VICTORIA’S SECRET
--	--

Jurisprudencia

//TEXTO JURISPRUDENCIA//

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles , dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados.

Examinados los signos en su conjunto, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, lo que se aprecia en la sucesión de sílabas, la extensión de los signos y las coincidencias en las raíces o las terminaciones.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

25: Prendas de vestir, ropa deportiva.

El (los) signo (s) previamente registrado (s) o solicitado (s) identifica (n):

Expediente (s) Producto y/o servicios

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

16123954 (18): BOLSOS DE MANO, CARTERAS, MONEDEROS PARA USAR EN LA MUÑECA, BOLSOS DE PROPÓSITO GENERAL PARA LLEVAR ACCESORIOS DE YOGA, MOCHILAS, BOLSAS DE LONA, BOLSOS, BOLSOS DE DEPORTE, BOLSOS DE GIMNASIA, Y BOLSOS PARA CUALQUIER USO..

(25): PRENDAS DE VESTIR, A SABER, PRENDAS PARA VESTIR LA PARTE SUPERIOR DEL CUERPO, PRENDAS PARA VESTIR LA PARTE INFERIOR DEL CUERPO, PANTALONES, PANTALONES CORTOS O SHORTS, FALDAS, CHAQUETAS, ABRIGOS, CHALECOS, TRAJES DE BAÑO, GUANTES, SUJETADORES, CAMISAS, CAMISETAS, CAMISAS SIN MANGAS, SUÉTERES, SUDADERAS, VESTIDOS, TRAJES DE CALENTAMIENTO, MONOS (BODYSUITS), MEDIAS, CALCETAS (LEGGINGS), CALENTADORES DE PIERNA, CALENTADORES DE BRAZO, CINTURONES, ROPA PARA ESTAR EN CASA, PANTALONES DE DEPORTE, ROPA INTERIOR, PANTALONES DE YOGA, CAMISAS DE YOGA, ACCESORIO PARA LA CABEZA, A SABER, SOMBREROS, GORRAS, VISERAS, BANDAS, CALZADO, A SABER, CALCETINES, SANDALIAS, CHANCLAS, ZAPATOS DEPORTIVOS, BOTAS..

16128110 (25): LENCERÍA, SOSTENES, BRAGAS, ROPA INTERIOR..

16146944 (25): LENCERÍA, SOSTENES, PANTIES..

16018870 (25): ROPA INTERIOR, SUJETADORES, BRAGAS..

16111025 (25): LENCERÍA, SOSTENES, BRAGAS, ROPA INTERIOR..

16120353 (25): ROPA DE DORMIR, CAMISETAS..

SD2017/0022525 (25): Brasiers; bragas..

SD2017/0024889 (25): Brasiers..

SD2018/0010071 (25): Ropa de mujer, a saber, sostenes, pantis, trajes de baño..

16152202 (25): PRENDAS DE VESTIR, A SABER, PRENDAS PARA VESTIR LA PARTE SUPERIOR DEL CUERPO, PRENDAS PARA VESTIR LA PARTE INFERIOR DEL CUERPO, PANTALONES, PANTALONES CORTOS O SHORTS, FALDAS, CHAQUETAS, ABRIGOS, CHALECOS, TRAJES DE BAÑO, GUANTES, SUJETADORES, CAMISAS, CAMISETAS, CAMISAS SIN MANGAS, SUÉTERES, SUDADERAS, VESTIDOS, TRAJES DE CALENTAMIENTO, MONOS (BODYSUITS), MEDIAS, CALCETAS (LEGGINGS), CALENTADORES DE PIERNA, CALENTADORES DE BRAZO, CINTURONES, ROPA PARA ESTAR EN CASA, PANTALONES DE DEPORTE, ROPA INTERIOR, PANTALONES DE YOGA, CAMISAS DE YOGA, ACCESORIO PARA LA CABEZA, A SABER, SOMBREROS, GORRAS, VISERAS, BANDAS, CALZADO, A SABER, CALCETINES, SANDALIAS, CHANCLAS, ZAPATOS DEPORTIVOS, BOTAS..

16163926 (25): LENCERÍA, SOSTENES, PANTIES, ROPA INTERIOR..

SD2016/0041851 (25): Pijamas baby doll; brasiers; bustiers; lencería; bragas; fundas; camisón y braga de una sola pieza; ropa interior..

09067127 (25): VESTIDOS, INCLUYENDO LENCERÍA, ROPA DE CALLE, ROPA PARA HACER DEPORTE, TOPS, PANTALONES, PANTALONES SUELTOS (SLACKS), FALDAS, SUÉTER, ROPA INTERIOR, CAMISETAS, CALCETERÍA, ROPA PARA DORMIR, CHAQUETAS, ZAPATOS..

09078021 (25): ROPA, INCLUYENDO ROPA INTERIOR, ROPA PARA RELAJACIÓN, ROPA DEPORTIVA, TOPS, PANTALONES, PANTALONES INTERIORES, FALDAS, SUÉTERES, ROPA INTERIOR, CAMISETAS, CALCETINES, ROPA DE DORMIR, CHAQUETAS, ZAPATOS..

09106523 (25): PRENDAS DE VESTIR, QUE INCLUYE LENCERÍA, SOSTENES, ROPA INTERIOR, ROPA PARA ESTAR EN CASA, ROPA PARA DORMIR, ROPA PARA HACER DEPORTE, TOPS, CAMISAS, PANTALONES, PANTALONES CORTOS, PANTALONES SUELTOS, FALDAS, VESTIDOS, SASTRES, SACOS, CAMISETAS, CHAQUETAS, ABRIGOS, CALZADO, SOMBRERERÍA..

97005183 (25): ROPA INTIMA..

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

03009863 (25): ARTICULOS DE VESTIR, EN ESPECIAL, BATAS LEVANTADORAS, SALI- DAS DE PLAYA, ARTICULOS DE VESTIR PARA USAR EN LA PLAYA, CO- RREAS, BLAZERS, BLUSAS, ENTERIZOS, BODIES, BRASSIERES, BRA- SSIERES LARGOS AJUSTADORES, CAMISOLAS, GORRAS, ABRIGOS, VES- TIDOS, CALZADO, COMBINACIONES, LIGAS, FAJAS, GUANTES, VESTI- DOS LARGOS, SOLERAS DE MALLA DE BANO, SOMBREROS, BANDAS PARA LA CABEZA, CALCETERIA, CHAQUETAS, JEANS, SUDADERAS, PANTALO- NES HASTA LA RODILLA, CAMISAS TEJIDAS, TOPS TEJIDOS, LEOTAR- DOS, ROPA INTERIOR, ROPA CASUAL, MITONES, TRAJES O BATAS DE CASA, VESTIDOS DE NOCHE, CAMISAS DE NOCHE, PIJAMAS, PANTIES, PANTALONES, MEDIAS PANTALONES, FALDAS ENTUBADAS ORIENTALES, BUFANDAS, CAMISAS, PANTALONES CORTOS, FALDAS, SLACKS, ROPA DE DORMIR, ENAGUAS, MEDIAS, MEDIAS NYLON, VESTIDOS PARA HOM- BRE, PANTALONES PARA SUDADERA, CAMISAS PARA SUDADERAS, CAMI- SETAS, CAMISETAS DE MANGA SISA PARA HACER DEPORTE, PANTALO- NES CON ESTRIBO, ENTERIZOS, CORBATAS, CHICLES, PANTALONCI- LLOS, CAMISILLAS, ROPA INTERIOR Y CHALECOS..

9225301625 (25): PRENDAS DE VESTIR INCLUYENDO BOTAS, ZAPATOS Y PANTUFALS. PRODUCTOS COMPRENDIDOS EN LA CLASE 25A. DEL DECRETO 755 DE 1972..

15131786 (25): SOSTENES, SOSTENES DEPORTIVOS, PANTALONES CORTOS, PANTALONES, MEDIAS DE DAMA..

15276636 (25): LENCERÍA, ROPA INTERIOR, ENAGUAS..

15276640 (25): LENCERÍA, BRASIERES, ROPA INTERIOR, BATAS PARA DORMIR (BABY DOLÍ), TEDDY (ROPA INTERIOR), ENAGUAS, VESTIDOS, LIGUEROS, CAMISOLAS, TÚNICAS, CORSÉS, CORPIÑOS, TRAJES, CORSÉS ALTOS..

10008190 (25): VESTIDOS, CALZADOS, SOMBRERERÍA..

14244095 (3): PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL, JABONES;PERFUMERÍA, ACEITES ESENCIALES, COSMÉTICOS, MAQUILLAJE, FRAGANCIAS, LOCIONES PARA EL CUIDADO DEL CUERPO, ESENCIAS..

(9): ESTUCHES PARA TELÉFONOS INTELIGENTES Y TABLETAS, AUDÍFONOS, GAFAS DE SOL, ESTUCHES PARA GAFAS..

(18): CARTERAS, BOLSOS DE MANO, MOCHILAS, EQUIPAJE. EL LOGO SE USA PARA ESTUCHE DE PASAPORTES, ESTUCHES DE COSMÉTICOS VENDIDOS VACÍOS, FUNDAS PARA TELÉFONOS, BOLSAS PARA COMPUTADORAS PORTÁTILES, BILLETERAS Y PEQUEÑOS PRODUCTOS DE CUERO..

(25): PANTIS, SOSTENES, LENCERÍA, BUFANDAS, VESTIMENTA DEPORTIVA, CORREAS, TRAJES DE BAÑO, ROPA PARA DORMIR, ROPA DEPORTIVA, CAMISETAS Y PANTALONES, MEDIAS..

(35): SERVICIOS DE TIENDAS DE VENTAS AL POR MENOR, SERVICIOS DE CORREO DE ÓRDENES DE CATÁLOGO Y SERVICIOS DE TIENDAS AL POR MENOR EN LÍNEA TODAS CONTENIENDO LENCERÍA, PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL, BOLSOS, JOYERÍA Y ACCESORIOS..

(41): EDUCACIÓN;SERVICIOS DE FORMACIÓN;ENTRETENIMIENTO;ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y CULTURALES;SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO, A SABER, ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LAS ACTUACIONES EN DIRECTO CON MÚSICA, DESFILES DE MODA, APARICIONES DE CELEBRIDADES, ENTREVISTA DE LAS MODELOS Y CELEBRIDADES;ENTRETENIMIENTO MULTIMEDIA..

15072820 (9): GAFAS Y ACCESORIOS, A SABER, GAFAS DE SOL, ESTUCHES DE GAFAS, MONTURAS DE GAFAS; CONTENEDORES Y ESTUCHES PARA LENTES DE CONTACTO; CUBIERTAS DE PROTECCIÓN Y ESTUCHES PARA TELÉFONOS CELULARES, COMPUTADORAS PORTÁTILES, TABLETAS Y REPRODUCTORES MULTIMEDIA PORTÁTILES; ESTUCHES PARA TELÉFONOS CELULARES, COMPUTADORAS PORTÁTILES Y TABLETAS..

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

(25): SOSTENES DEPORTIVOS, PANTALONES, FALDAS, PANTALONES CORTOS, CAMISETAS, CAMISAS, CAMISETAS DE PUNTO, BLUSAS, CAMISETAS SIN MANGAS, JEAN, BLAZERS, CHAQUETAS, ABRIGOS, VESTIDOS, FALDAS, PANTALONES CORTOS, LA ROPA DE ATLETISMO, ROPA CASUAL, ROPA DE VESTIR, PRENDAS DE GIMNASIA, ROPA DEPORTIVA, ROPA DE PLAYA, TRAJES DE BAÑO, MOLDEADORES DEL CUERPO, TRAJES PARA EL CUERPO, SOSTENES, CAMISOLAS, CORSETERÍA, PANTIS, CALZONCILLOS, CAMISETAS INTERIORES, ROPA INTERIOR, CHALECOS, GORRAS DE BÉISBOL, SOMBREROS, BANDAS PARA LA CABEZA, GORROS DE DUCHA, CASCOS PARA PRACTICAR DEPORTES, SOMBREROS PARA EL SOL, TRAJES, GORRO DE BAÑO, CALZADO DEPORTIVO, CALZADO DE PLAYA, CALZADO INFORMAL, CALZADO DE NOCHE, CALZADO DE EJERCICIO, CALCETINES, GUANTES, MITONES, VESTIDOS, CALCETERÍA, MEDIAS TOBILLERAS, PANTIMEDIAS, MEDIAS, MALLAS, BATAS, LENCERÍA, ROPA DE ESTAR EN CASA, VESTIDOS DE NOCHE, CAMISAS DE NOCHE, PIJAMAS, ROPA DE DORMIR AND BUFANDAS..

(28): JUGUETES, EN PARTICULAR JUGUETES DE PELUCHE Y ANIMALES DE JUGUETE RELLENOS DE PELUCHE..

(35): SERVICIOS DE TIENDAS DE VENTA AL POR MENOR, SERVICIOS DE TIENDAS DE VENTA AL POR MENOR EN LÍNEA Y SERVICIOS DE VENTA POR CORREO, TODO EN EL CAMPO DE LA ROPA, ROPA ÍNTIMA, ARTÍCULOS DE CUERO, BOLSOS, ACCESORIOS DE MODA, JOYAS, CALZADO, PRODUCTOS COSMÉTICOS, PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL Y DE PERFUMERÍA, GAFAS, EQUIPAJE Y PRODUCTOS PARA EL HOGAR..

Esta Dirección evidencia que los signos confrontados, si bien pertenecen a diferentes clases, tienen finalidades idénticas, en la medida en que el producto de la marca registrada podría ser sustituido por el producto de la marca solicitada, ya que los mismos son intercambiables en cuanto a su finalidad

Aún cuando se trata de productos y/o servicios que en virtud de la Clasificación internacional de Niza no se encuentran en el mismo numeral, no puede desconocerse que se trata de productos de un mismo género, por lo que el consumidor equivocadamente entenderá que el empresario encargado de un determinado tipo de elementos y/o actividades ha incursionado dentro del mismo género para otro sector.

Existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de productos y/o servicios cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

Dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos y/o servicios, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, 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 canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clases se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional.

Ref. Expediente N° SD2025/0011516

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la (s) causal (es) de irregistrabilidad establecida (s) en el artículo XXX literal (es) X) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro del (la) Marca FIDRES VIKTUS EL LUGAR DONDE NACE LA VICTORIA (Mixta) para distinguir productos y/o servicios comprendidos en la (s) clase (s) 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por LATIN SPORT SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a LATIN SPORT SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de septiembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 25: Prendas de vestir, ropa deportiva.