



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 91773

Ref. Expediente N° SD2025/0038051

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 25 de abril de 2025, **World Triathlon Corporation** solicitó el registro de Marca **EPIC SERIES** (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 25, 35 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

¹ **25:** Ropa; calzado; sombrerería; artículos de ropa; zapatos deportivos; mangas deportivas; baberos para bebés, no de papel; gorros de baño; pantalones cortos para ciclismo; botas para deportes; sujetadores; viseras de gorras; gorras; cinturones de ropa; ropa para hombres, mujeres y jóvenes; guantes de ciclismo; ropa para ciclistas; orejeras; sudaderas de lana, pantalones de sudadera, pantalones cortos de sudadera y chaquetas de lana; guantes [ropa]; sombreros; cintas para la cabeza; tocados; insertos para talones; sudaderas con capucha; plantillas; chaquetas; camisetas deportivas; leggings; ropa exterior; abrigos y chaquetas exteriores; pijamas; pantalones; pantalones y gorras para carreras de bicicleta, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; camisetas tipo polo; jerséis; batas; pantalones cortos para correr; sandalias; bufandas; camisas; zapatos; pantalones cortos; camisetas sin mangas; zapatillas deportivas; calcetines; baberos deportivos; camisetas deportivas; camisetas deportivas, pantalones cortos deportivos, camisetas, sombreros, gorras, vestidos de baño, pantalones cortos para correr, pantalones y camisas, pantalones cortos para ciclismo, pantalones, camisas y chaquetas, abrigos y chaquetas exteriores, calcetines, guantes, calzado y ropa especial para correr, nadar y andar en bicicleta comercializados en asociación con concursos que involucran correr, nadar y andar en bicicleta; zapatos deportivos para correr; sudaderas; suéteres; trajes de baño; vestidos de baño; camisetas; ropa interior; prendas interiores; ropa interior y ropa de noche; chalecos; viseras como sombrerería; ropa especial para correr, nadar y andar en bicicleta; muñequeras [ropa].

35: Publicidad; Gestión empresarial, organización y administración; Funciones de oficina; servicios de consultoría, asesoramiento y asistencia en publicidad, marketing y promoción; servicios de publicidad, marketing y promoción; servicios de análisis empresarial e información, y investigación de mercado; servicios de asistencia empresarial, gestión y administración; gestión empresarial de deportistas; distribución de material publicitario, de marketing y promoción; servicios de programas de lealtad, incentivos y bonificación; demostraciones de productos y servicios de exhibición de productos; promoción de bienes y servicios a través del patrocinio de eventos deportivos; provisión y alquiler de espacio, tiempo y medios publicitarios; servicios minoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería para uso en natación, ciclismo y carrera; servicios minoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería, relojes, gafas, gafas de sol, tazas, mochilas, botellas de agua, geles refrescantes, refrescos, agua, bebidas no alcohólicas, cervezas no alcohólicas, casco, bicicleta, traje de neopreno, monitor de frecuencia cardíaca, barras energéticas, vitaminas, suplementos alimenticios, equipo deportivo, pistolas de masaje, bolas de masaje, aparatos de masaje, rodillos de masaje de espuma, trofeos, toallas; servicios minoristas en relación con fragancias comercializadas en asociación con poderes que involucran natación, ciclismo y carrera; servicios minoristas en relación con equipaje, bolsas deportivas, bolsas de mano, bolsas de lona, bolsas de mensajero, mochilas, riñoneras, carteras, mochilas, cantimploras estilo mochila, bolsas para bicicletas y paraguas, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; gestión deportiva; servicios de exhibición comercial y ferias comerciales; gestión de triatlones; servicios mayoristas y minoristas; servicios mayoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería para uso en natación, ciclismo y carrera; servicios mayoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería, relojes, gafas, gafas de sol, tazas, mochilas, botellas de agua, geles refrescantes, refrescos, agua, bebidas no alcohólicas, cervezas no alcohólicas, casco, bicicleta, traje de neopreno, monitor de frecuencia cardíaca, barras energéticas, vitaminas, suplementos alimenticios, equipo deportivo, pistolas de masaje, bolas de masaje, aparatos de masaje, rodillos de masaje de espuma, trofeos, toallas; servicios mayoristas en relación con fragancias comercializadas en asociación con poderes que involucran natación, ciclismo y carrera; servicios mayoristas en relación con equipaje, bolsas deportivas, bolsas de mano, bolsas de lona, bolsas de mensajero, mochilas, riñoneras, carteras, mochilas, cantimploras estilo mochila, bolsas para bicicletas y paraguas, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; servicios de información, asesoramiento y consultoría relacionados con lo anterior.

41: Educación; Formación; Entretenimiento; Actividades deportivas y culturales; organización y realización de talleres [formación]; organización y realización de competiciones atléticas; organización y realización de competiciones atléticas que consisten en correr, nadar y andar en bicicleta; organización y realización de seminarios; organización y realización de eventos deportivos; organización y realización de eventos de triatlón; organización y realización de talleres [formación]; organización y realización de eventos deportivos; producción de audio, video y multimedia, y fotografía; entrenamiento [formación]; realización de triatlones; exámenes educativos; servicios de deportes electrónicos; organización de conferencias, exposiciones y competiciones; organización de competiciones deportivas, carreras, competiciones de natación y competiciones de ciclismo; organización de competiciones deportivas; organización de eventos en la naturaleza de carreras de bicicleta de larga distancia; organización de concursos deportivos; organización de concursos deportivos que consisten en correr, nadar y andar en bicicleta; educación física; formación práctica [demostración]; proporcionar información sobre competiciones atléticas a través de redes informáticas globales; proporcionar clases en vivo y no descargables en línea, seminarios, talleres, instrucción y certificación en los campos de entrenamiento deportivo y entrenamiento de atletas, todos comercializados en asociación con eventos atléticos que involucran natación, ciclismo y carrera; proporcionar clases en vivo y no descargables en línea, seminarios, talleres, instrucción, evaluación y calificación en los campos de entrenamiento deportivo y entrenamiento de atletas, todos comercializados en asociación con eventos atléticos que involucran natación, ciclismo y carrera; proporcionar información sobre triatlones; proporcionar información y noticias en línea en el campo del entrenamiento y eventos deportivos de resistencia; proporcionar formación para la certificación en el campo de carreras de resistencia, preparación física, recuperación de ejercicios, nutrición y preparación mental para eventos de resistencia; proporcionar información relacionada con deportes; proporcionar publicaciones en línea, no descargables; proporcionar publicaciones en línea, no descargables en los campos de deportes y deportes electrónicos; publicación, reportaje y redacción de textos; servicios deportivos y de fitness; servicios de entrenamiento deportivo en el campo de triatlones que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; servicios de producción de televisión, cine y video; servicios de producción de televisión, cine y video que presentan eventos relacionados con triatlones incluyendo



Ref. Expediente N° SD2025/0038051

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

el deporte de correr, andar en bicicleta y nadar; servicios de reserva y venta de entradas para actividades y eventos educativos, de entretenimiento y deportivos; servicios de reserva y venta de entradas para eventos de triatlón; servicios de información, asesoramiento y consultoría relacionados con lo anterior.

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

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0038051

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	EPIC NEW	INVERSIONES LOTTY S.A.S.	SD2022/0043012	11	25	Marca	Registrada	14/12/2032
Mixta	Epic Bee	Gustavo Enrique NIEVES	SD2020/0072430	11	25	Marca	Registrada	25/05/2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
EPIC SERIES	 

- 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° SD2025/0038051

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 0110-IP-2013 señala lo siguiente:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto.”

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica, fonética y conceptualmente similares, comoquiera que el signo solicitado **EPIC SERIES** reproduce la parte relevante de los signos antecedentes **EPIC NEW** y **Epic Bee**, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para su plena diferenciación.

Ciertamente, la parte relevante del signo solicitado **EPIC** hace parte de los signos antecedentes **EPIC NEW** y **EPIC BEE**, configurándose así una reproducción parcial. Por lo tanto, un consumidor podrá asumir se trata de una nueva línea de negocios o innovación marcaria de los signos antecedentes ya registrados.

Es de resaltar que los consumidores generalmente suelen enfocarse en los elementos nominales que dan inicio a una expresión como consecuencia de la lectura realizada en sentido izquierdo – derecha, momento en el cual el segmento gramatical con el que finaliza el vocablo es menos relevante y recordado, por lo que esta Dirección colige que los signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor en sus partículas relevantes **EPIC / EPIC**.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0038051

conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

Dentro de los productos y servicios a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

25: Ropa; calzado; sombrerería; artículos de ropa; zapatos deportivos; mangas deportivas; baberos para bebés, no de papel; gorros de baño; pantalones cortos para ciclismo; botas para deportes; sujetadores; viseras de gorras; gorras; cinturones de ropa; ropa para hombres, mujeres y jóvenes; guantes de ciclismo; ropa para ciclistas; orejeras; sudaderas de lana, pantalones de sudadera, pantalones cortos de sudadera y chaquetas de lana; guantes [ropa]; sombreros; cintas para la cabeza; tocados; insertos para talones; sudaderas con capucha; plantillas; chaquetas; camisetas deportivas; leggings; ropa exterior; abrigos y chaquetas exteriores; pijamas; pantalones; pantalones y gorras para carreras de bicicleta, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; camisetas tipo polo; jerséis; batas; pantalones cortos para correr; sandalias; bufandas; camisas; zapatos; pantalones cortos; camisetas sin mangas; zapatillas deportivas; calcetines; baberos deportivos; camisetas deportivas; camisetas deportivas, pantalones cortos deportivos, camisetas, sombreros, gorras, vestidos de baño, pantalones cortos para correr, pantalones y camisas, pantalones cortos para ciclismo, pantalones, camisas y chaquetas, abrigos y chaquetas exteriores, calcetines, guantes, calzado y ropa especial para correr, nadar y andar en bicicleta comercializados en asociación con concursos que involucran correr, nadar y andar en bicicleta; zapatos deportivos para correr; sudaderas; suéteres; trajes de baño; vestidos de baño; camisetas; ropa interior; prendas interiores; ropa interior y ropa de noche; chalecos; viseras como sombrerería; ropa especial para correr, nadar y andar en bicicleta; muñequeras [ropa].

35: Publicidad; Gestión empresarial, organización y administración; Funciones de oficina; servicios de consultoría, asesoramiento y asistencia en publicidad, marketing y promoción; servicios de publicidad, marketing y promoción; servicios de análisis empresarial e información, y investigación de mercado; servicios de asistencia empresarial, gestión y administración; gestión empresarial de deportistas; distribución de material publicitario, de marketing y promoción; servicios de programas de lealtad, incentivos y bonificación; demostraciones de productos y servicios de exhibición de productos; promoción de bienes y servicios a través del patrocinio de eventos deportivos; provisión y alquiler de espacio, tiempo y medios publicitarios; servicios minoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería para uso en natación, ciclismo y carrera; 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° SD2025/0038051

minoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería, relojes, gafas, gafas de sol, tazas, mochilas, botellas de agua, geles refrescantes, refrescos, agua, bebidas no alcohólicas, cervezas no alcohólicas, casco, bicicleta, traje de neopreno, monitor de frecuencia cardíaca, barras energéticas, vitaminas, suplementos alimenticios, equipo deportivo, pistolas de masaje, bolas de masaje, aparatos de masaje, rodillos de masaje de espuma, trofeos, toallas; servicios minoristas en relación con fragancias comercializadas en asociación con poderes que involucran natación, ciclismo y carrera; servicios minoristas en relación con equipaje, bolsas deportivas, bolsas de mano, bolsas de lona, bolsas de mensajero, mochilas, riñoneras, carteras, mochilas, cantimploras estilo mochila, bolsas para bicicletas y paraguas, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; gestión deportiva; servicios de exhibición comercial y ferias comerciales; gestión de triatlones; servicios mayoristas y minoristas; servicios mayoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería para uso en natación, ciclismo y carrera; servicios mayoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería, relojes, gafas, gafas de sol, tazas, mochilas, botellas de agua, geles refrescantes, refrescos, agua, bebidas no alcohólicas, cervezas no alcohólicas, casco, bicicleta, traje de neopreno, monitor de frecuencia cardíaca, barras energéticas, vitaminas, suplementos alimenticios, equipo deportivo, pistolas de masaje, bolas de masaje, aparatos de masaje, rodillos de masaje de espuma, trofeos, toallas; servicios mayoristas en relación con fragancias comercializadas en asociación con poderes que involucran natación, ciclismo y carrera; servicios mayoristas en relación con equipaje, bolsas deportivas, bolsas de mano, bolsas de lona, bolsas de mensajero, mochilas, riñoneras, carteras, mochilas, cantimploras estilo mochila, bolsas para bicicletas y paraguas, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; servicios de información, asesoramiento y consultoría relacionados con lo anterior.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Productos
-------------	-----------

SD2022/0043012	(25): vestuario en general para mujeres, hombres y niños; ropa interior femenina a saber: pantyes, tops, brassier, camisetas, camisillas, calcetines; ropa interior masculina a saber: pantaloncillos, boxer, camisillas manga corta, camisillas manga larga, camisillas manga sisa, calcetines; ropa deportiva para hombres y mujeres a saber: leggings, shorts, camisetas, camisillas, pantalon capri, camibuzos; ropa para estar en casa para hombres y mujeres a saber: camisetas manga larga, camisetas manga corta, camisetas manga sisa, camisetas de tiras, pantalones largos, shorts, chaquetas; ropa interior infantil a saber: pantyes, tops, camisillas, camisetas, calcetines, pantaloncillos, boxer.
-----------------------	---

SD2020/0072430 (25): Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Respecto a Clase 25 solicitado y 25 que identifican los signos previamente registrados

Identidad: Para esta Dirección, es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos y que, en una misma clase se pueden encontrar 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 de los productos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos (identidad), los cuales versan sobre **ropa, calzado y sombrería** de la Clase 25, lo que conlleva a que compartan naturaleza y destinación.

Ref. Expediente N° SD2025/0038051

En este contexto entre los productos antes descritos, no es necesario acudir a los criterios de conexión competitiva de productos y servicios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, toda vez que más allá de cualquier similitud, los productos son **idénticos**.

Frente a la clase 35:

De igual modo, los servicios de la clase 35 relacionados con *servicios minoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería para uso en natación, ciclismo y carrera; servicios minoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería, relojes, gafas, gafas de sol, tazas, mochilas, botellas de agua, geles refrescantes, refrescos, agua, bebidas no alcohólicas, cervezas no alcohólicas, casco, bicicleta, traje de neopreno, monitor de frecuencia cardíaca, barras energéticas, vitaminas, suplementos alimenticios, equipo deportivo, pistolas de masaje, bolas de masaje, aparatos de masaje, rodillos de masaje de espuma, trofeos, toallas; servicios minoristas en relación con fragancias comercializadas en asociación con poderes que involucran natación, ciclismo y carrera; servicios minoristas en relación con equipaje, bolsas deportivas, bolsas de mano, bolsas de lona, bolsas de mensajero, mochilas, riñoneras, carteras, mochilas, cantimploras estilo mochila, bolsas para bicicletas y paraguas, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar; gestión deportiva; servicios de exhibición comercial y ferias comerciales; gestión de triatlones; servicios mayoristas y minoristas; servicios mayoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería para uso en natación, ciclismo y carrera; servicios mayoristas en relación con ropa, calzado, sombrerería, relojes, gafas, gafas de sol, tazas, mochilas, botellas de agua, geles refrescantes, refrescos, agua, bebidas no alcohólicas, cervezas no alcohólicas, casco, bicicleta, traje de neopreno, monitor de frecuencia cardíaca, barras energéticas, vitaminas, suplementos alimenticios, equipo deportivo, pistolas de masaje, bolas de masaje, aparatos de masaje, rodillos de masaje de espuma, trofeos, toallas; servicios mayoristas en relación con fragancias comercializadas en asociación con poderes que involucran natación, ciclismo y carrera; servicios mayoristas en relación con equipaje, bolsas deportivas, bolsas de mano, bolsas de lona, bolsas de mensajero, mochilas, riñoneras, carteras, mochilas, cantimploras estilo mochila, bolsas para bicicletas y paraguas, todos comercializados en asociación con concursos que consisten en correr, andar en bicicleta y nadar*, también guardan conexidad competitiva con los productos identificados por las marcas antecedentes, al encontrarse dentro de la misma cadena de distribución y dirigirse al mismo consumidor.

En efecto, los productos de la clase 25 están directamente relacionados con los servicios de la clase 35 pretendidos por el signo solicitado, que incluyen su comercialización y promoción. Esta relación es frecuente en el mercado, donde una misma marca diseña, produce, comercializa y promociona el producto, por lo tanto, es razonable que un consumidor asuma cuentan con un mismo origen empresarial.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario 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 configuraciones semejantes.

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

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de

Resolución N° 91773

Ref. Expediente N° SD2025/0038051

irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a la clase 41 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca **EPIC SERIES** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por World Triathlon Corporation, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca **EPIC SERIES** (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por World Triathlon Corporation, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 7 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS